

Plan de negocio

Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica Peruana *promAmazonía*



Versión en revisión



BIODAMAZ
PERÚ-FINLANDIA

Plan de Negocio N° 3

2007

BIODAMAZ, Perú – Finlandia
Proyecto Diversidad Biológica de la Amazonía Peruana

Autor:

Cynthia Sánchez Elaluff

Colaboradores:

Lucía Zegarra Zegarra
Víctor Miyakawa Solís
Hernán Tello Fernández
Héctor Menacho

El presente documento ha sido realizado con financiamiento del Ministerio de Relaciones Exteriores de Finlandia y del Gobierno del Perú, a través del Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana – IIAP, en el marco del Convenio de Cooperación Técnica Internacional entre Perú y Finlandia: Proyecto Diversidad Biológica de la Amazonía Peruana – BIODAMAZ.

© 2007. Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana – IIAP
Proyecto Diversidad Biológica de la Amazonía Peruana- BIODAMAZ
Av. José Abelardo Quiñones km 2.5
Iquitos – Perú
Correo electrónico: dnbiodamaz@iiap.org.pe
<http://www.iiap.org.pe/biodamaz>

Los textos pueden ser utilizados total o parcialmente citando a la fuente.
Hecho en el Perú

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	7
2. PERFIL DE PROMAMAZONIA	8
2.1 ANTECEDENTES (IDEA DE NEGOCIO)	8
2.2 CONCEPCIÓN GENERAL DE PROMAMAZONIA	8
2.3 IMPORTANCIA DE LA EXISTENCIA DE PROMAMAZONIA	8
2.4 OBJETIVOS DE PROMAMAZONIA	9
2.4.1 OBJETIVO GENERAL	9
2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
2.5 OBJETIVOS DE LA PLATAFORMA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	9
2.5.1 OBJETIVO GENERAL	9
2.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
2.6 OBJETIVOS DE LA PLATAFORMA DE BIOCOMERCIO	9
2.6.1 OBJETIVO GENERAL	9
2.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
2.7 OBJETIVOS DE LA PLATAFORMA DE FACILITACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA	10
2.7.1 OBJETIVO GENERAL	10
2.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
2.8 OBJETIVOS DE LA PLATAFORMA DE GESTIÓN AMBIENTAL	10
2.8.1 OBJETIVO GENERAL	10
2.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
2.9 BENEFICIOS DE PROMAMAZONÍA	10
2.9.1 PARA LOS USUARIOS	10
2.9.2 PARA LOS SOCIOS	11
2.10 ÁMBITO GEOGRÁFICO INICIAL Y FINAL DE PROMAMAZONÍA	12
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO	13
3.1 ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE	13
3.1.1 ASPECTOS POLÍTICOS Y ECONÓMICOS	13
3.1.2 ASPECTOS SOCIALES Y CULTURALES DE LA AMAZONÍA PERUANA	14
3.1.3 MARCO LEGAL	14
3.1.4 MARCO INSTITUCIONAL	15
3.1.5 ANÁLISIS DEL SECTOR	16
3.1.6 ASPECTOS TECNOLÓGICOS	19
3.1.7 RESPONSABILIDAD SOCIAL	19
3.2 ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE	19
3.2.1 MERCADO META	19
3.2.2 COMPETENCIA	20
4. SONDEO DE MERCADO	22
4.1 OBJETIVOS	22
4.1.1 OBJETIVOS GENERALES	22
4.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
4.2 METODOLOGÍA	23

4.2.1	FUENTES PRIMARIAS	23
4.2.2	FUENTES SECUNDARIAS	24
4.3	RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	24
4.3.1	PLATAFORMA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	24
4.3.2	PLATAFORMA DE BIOCERCOMERCIO	26
4.3.3	PLATAFORMA DE INFORMACIÓN FINANCIERA	27
4.3.4	PLATAFORMA DE GESTIÓN AMBIENTAL	28
4.3.5	ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A SOCIOS ACTUALES Y POTENCIALES	29
4.3.6	REGISTROS DE ACTUALES VISITAS DEL CENTRO	29
4.4.	CONCLUSIONES	30
5.	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	31
5.1	VISIÓN	31
5.2	MISIÓN	31
5.3	ANÁLISIS FODA	31
5.3.1	AMBIENTE INTERNO	31
5.3.2	AMBIENTE EXTERNO	31
5.4	FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	32
5.5	OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	32
5.5.1	OBJETIVOS GENERALES	32
5.5.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	33
5.6	ESTRATEGIA COMPETITIVA	33
5.7	VENTAJA COMPETITIVA	34
5.8	VENTAJA COMPARATIVA	34
5.9	ALIANZAS ESTRATÉGICAS	34
5.9.1	CORTO PLAZO (1 AÑO):	35
5.9.2	MEDIANO PLAZO (4 AÑOS)	35
5.9.3	LARGO PLAZO (QUINTO AÑO EN ADELANTE)	35
6.	PLAN DE MARKETING	36
6.1	OBJETIVOS	36
6.1.1	OBJETIVOS A CORTO PLAZO (PRIMER AÑO)	36
6.1.2	OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO (A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO AL CUARTO AÑO)	36
6.1.3	OBJETIVOS A LARGO PLAZO (QUINTO AÑO EN ADELANTE)	36
6.2	ESTRATEGIAS DE MARKETING	37
6.2.1	ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN	37
6.2.2	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	37
6.2.3	ESTRATEGIA COMPETITIVA	38
6.2.4	ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO	38
6.3	MEZCLA DE MARKETING	38
6.3.1	SERVICIO	38
6.3.2	PRECIO	39
6.3.3	PLAZA O CANAL DE DISTRIBUCIÓN	40
6.3.4	PROMOCIÓN INSTITUCIONAL	41
6.3.5	PRESUPUESTO DE MARKETING	42
7.	ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES	44
7.1	OBJETIVOS	44
7.2	ESTRATEGIAS DE OPERACIONES	44

7.3	POLÍTICAS	44
7.3.1	CALIDAD	44
7.3.2	RETROALIMENTACIÓN DE OPERACIÓN – SOCIOS	44
7.3.3	RETROALIMENTACIÓN DE OPERACIÓN - USUARIOS ESTRATÉGICOS	45
7.3.4	TIEMPO DE ESPERA DE RESPUESTA AL USUARIO	45
7.4	ESTADO DE DESARROLLO ACTUAL	45
7.5	LOCALIZACIÓN	45
7.6	INSTALACIONES	46
7.7	DISEÑO DEL SERVICIO (DESCRIPCIÓN OBJETIVA DE LOS SERVICIOS)	46
7.7.1	SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	46
7.7.2	SERVICIOS DE BIOCOMERCIO	47
7.7.3	SERVICIOS DE FACILITACIÓN FINANCIERA	47
7.7.4	SERVICIOS DE GESTIÓN AMBIENTAL	48
7.8	DISEÑO DE PROCESOS	48
7.8.1	ACTIVIDADES PREOPERATIVAS	48
7.8.2	IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS	49
8.	<u>ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN</u>	<u>50</u>
8.1	DATOS DE LA ORGANIZACIÓN	50
8.1.1	DENOMINACIÓN SOCIAL DE PROMAMAZONÍA	50
	“CENTRO DE PROMOCIÓN DE LA AMAZONÍA PERUANA - PROMAMAZONÍA”	50
8.1.2	OBJETO SOCIAL	50
8.1.3	CAPITAL SOCIAL	50
8.2	CONSTITUCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	50
8.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	51
8.4	ÓRGANO CONSULTIVO: CONSEJO DIRECTIVO Ó DE ADMINISTRACIÓN	51
8.5	ÓRGANO DE DIRECCIÓN: SOCIO FACILITADOR	52
8.5.1	SOCIOS PRINCIPALES	53
8.5.2	SOCIOS ADICIONALES Ó COLABORADORES	53
8.5.3	COMITÉS TÉCNICO O GRUPOS DE TRABAJO AD HOC	53
8.6	ÓRGANO DE ATENCIÓN AL CLIENTE	53
8.7	ÓRGANO DE ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS	54
8.8	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	54
9	<u>RECURSOS HUMANOS</u>	<u>55</u>
9.1	OBJETIVOS	55
9.2	PROCESO DE RECLUTAMIENTO	55
9.3	PROCESO DE SELECCIÓN	55
9.4	EXPERIENCIA DEL EQUIPO DIRECTIVO: PERFIL DEL PUESTO	55
9.5	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	57
10	<u>PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO</u>	<u>59</u>
10.1	INVERSIÓN INICIAL	59
10.2	PROYECCIÓN DE VENTAS	59
10.3	PUNTO DE EQUILIBRIO	59
10.4	PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS	60
10.4.1	SUPUESTOS PARA LOS INGRESOS	60
10.4.2	SUPUESTOS PARA LOS EGRESOS	60
10.4.3	SUPUESTOS VARIOS	61

10.5	PRESUPUESTO OPERATIVO ANUAL	61
10.6	FINANCIAMIENTO	61
10.7	ANÁLISIS SOCIAL	62
10.7.1	ANÁLISIS COSTO EFICIENCIA	62
10.8	ANÁLISIS ECONÓMICO DE PROMAMAZONÍA	62

1. RESUMEN EJECUTIVO

Para asistir al desarrollo socioeconómico sostenible, el proyecto BIODAMAZ ha creado instrumentos de gestión, y una de esas herramientas más representativas es el “**Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica Peruana - promAmazonía**” creado en octubre de 2006. La sede del centro se encuentra ubicada en el departamento de Loreto.

promAmazonía es una infraestructura de información y comunicación concebida para proporcionar un conjunto de servicios informativos y asistencia personal, orientados a contribuir a mejorar capacidades para el uso sostenible y la conservación de la biodiversidad y a fortalecer la competitividad amazónica. De esta forma, busca ser el centro canalizador (institución de segundo piso) de información y de capacidades técnicas, promoviendo la integración y colaboración con otros sistemas afines.

El presente trabajo estudia la factibilidad de que una institución con fines sociales sea administrada con criterio de negocios dedicado a generar información y prestar asistencia personalizada (empresa consultora). Desde sus inicios promAmazonía ha sido financiado por el proyecto BIODAMAZ, como toda institución creada con fondos de cooperación internacional (fondos de limitada duración) se ha visto en la necesidad de buscar otras formas de financiamiento para su continuidad institucional, para tal fin se ha elaborado estrategias, que con criterio empresarial ha desarrollado acciones de cómo llevar a cabo este proceso.

La idea de negocio nace, por un lado, al identificar este tipo de organizaciones en otros países, ya sea países desarrollados o en vías de desarrollo. Por otro lado, surge también por la preocupación social respecto al medio ambiente amazónico.

El mercado objetivo ha sido definido según las características de usuario de cada plataforma; así se identificó que para la plataforma de investigación científica su mercado objetivo primario son investigadores extranjeros con estudios de post grado que tienen necesidades logísticas de campo y asesoramiento en permisos, se trata de investigadores solventes económicamente y exigentes en calidad del servicio. Las expediciones de los investigadores son viajes organizados y programados (con presupuesto establecido) con meses de anticipación, es por ello que el investigador recurre a colaboradores o amigos para realizar las actividades logísticas.

El mercado meta primario de la plataforma de Biocomercio y Facilitación de Información Financiera lo conforman pequeñas y medianas empresas ubicadas en la región Loreto, las mismas que están interesadas por el contacto con compradores en el extranjero y búsqueda de financiamiento, la disponibilidad de pago está relacionada con la calidad y eficiencia del servicio, el usuario es una persona cuya edad oscila entre los 36 y 50 años, con grado de instrucción universitaria.

El mercado meta en la plataforma de gestión ambiental en el marco conceptual son las Organizaciones no Gubernamentales (ONGs) con responsabilidad en materia de gestión ambiental, por tener una mayor preocupación y actividad dinámica en estos temas.

La inversión inicial requerida para iniciar el periodo 2008 es de S/. 7,887 (US\$ 2,488). Se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) económico de S/. 35,193 (US\$ 11,101), así como una TIR económica de 70%. Se consideró un COK de 14%. Se obtuvo un costo/Beneficio de 4.46%. Por lo tanto el proyecto se considera rentable y es viable según las condiciones expuestas.

2. PERFIL DE *promAmazonia*

2.1 Antecedentes (Idea de negocio)

El Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica, se ha concebido bajo el reto de inserción de la amazonía a la economía globalizada mediante el uso sostenible de sus recursos cuyos objetivos son de ayudar a incrementar las oportunidades de empleo e inversiones en la región proporcionando información sobre biocomercio y posibilidades de financiamiento, convirtiendo a Iquitos y a la Amazonía Peruana en una región atractiva para inversiones, investigaciones y actividades de desarrollo. El inicio de sus actividades se realizó el 4 de Octubre de 2006, con el apoyo económico del Gobierno de Finlandia, Universidad de Turku y como socio facilitador al Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana teniendo como modelos centros de otras partes del mundo tal como el Centro de la Universidad Tecnológica de Otaniemi, Finlandia¹ que durante en sus primeros dos años estuvo formándose y desarrollándose en función de la demanda de sus usuarios. Este es un concepto nuevo en Iquitos y se han realizado los estudios pertinentes para determinar los servicios de mayor requerimiento. Así mismo el Centro cuenta con socios colaboradores entre instituciones y sistemas de información.

2.2 Concepción General de *promAmazonia*²

El Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica es un sistema concebido para proporcionar un conjunto de servicios informativos y asistencia personal, orientados a contribuir al mejoramiento de las capacidades para la conservación y uso sostenible de la biodiversidad en la Amazonía peruana, en cuatro áreas prioritarias:

- a. Inversión y comercio en cadenas productivas basadas en recursos de la diversidad biológica, en el marco de los principios del biocomercio;
- b. Investigación y desarrollo tecnológico sobre los recursos de la diversidad biológica;
- c. Facilitación financiera para emprendimientos de conservación y uso sostenible de la diversidad biológica; y
- d. Gestión ambiental y políticas públicas.

El Centro de Promoción de la Biodiversidad se construye sobre una infraestructura preexistente integrada por diversos sistemas de información y bases de datos, entre los que se cuenta SIAMAZONIA, SITURISMO, SIFORESTAL y otros proveedores de servicios similares. La información proporcionada por estos sistemas y bases se adecúa a los fines de *promAmazonía*, agregándosele valor en función a los objetivos trazados.

2.3 Importancia de la existencia de *promAmazonia*

El Perú requiere mejorar su competitividad a nivel internacional, siendo la amazonía poseedora de gran parte de la inmensurable riqueza natural del país y no estando explotada adecuadamente, es necesario incentivar el aumento de la competitividad en la amazonía teniendo como base a los principios de conservación y uso sustentable de los recursos de la biodiversidad.

Es por ello que nace *promAmazonía*, como una instrumento de valor que canaliza gestiones técnicas para el desarrollo socioeconómico sustentable, a través de herramientas de apoyo informativo sobre cuatro temas prioritarios: biocomercio, información financiera, información científica e información para gestión ambiental

¹ Anexo N° X1 Centros de Innovaciones en el mundo

² Documento Técnico Conceptual del Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica. Agosto de 2006. Equipo técnico del Proyecto BIODAMAZ - IIAP

2.4 Objetivos de *promAmazonia*

2.4.1 Objetivo General

- Contribuir a mejorar la competitividad de la región amazónica peruana mediante el fortalecimiento de las capacidades de gestión descentralizada en la conservación y uso sostenible de la diversidad biológica amazónica regional, y el suministro de servicios informativos en temas prioritarios.

2.4.2 Objetivos Específicos

- Fortalecer la implementación de la Estrategia Regional de la Diversidad Biológica Amazónica (ERDBA), el Plan Nacional Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación para la competitividad y el Desarrollo Humano (PNCTI 2006 – 2021), los planes estratégicos de los Gobiernos Regionales Amazónicos y los planes regionales de exportación (PERX).
- Promover la integración de esfuerzos de instituciones públicas y privadas para vincularlos directamente a los requerimientos de información pertinente y oportuna a los usuarios estratégicos de PromAmazonía.
- Motivar la formación de capacidades locales como el conocimiento de Recursos humanos, tecnológicos, institucionales y empresariales

2.5 Objetivos de la Plataforma de Investigación Científica

2.5.1 Objetivo General

- Incentivar la investigación y producción científica nacional e internacional en la Amazonía peruana a través de una red de información y aparato logístico que facilite el trabajo científico.

2.5.2 Objetivos Específicos

- Incrementar los trabajos de investigación científica en la Amazonia peruana.
- Contribuir a la integración institucional (infraestructura de investigación e información) de los diferentes actores intervinientes en temas de investigación científica.
- Promocionar los proyectos o propuestas de investigación en temas priorizados regionalmente.
- Promover el turismo científico nacional e internacional.

2.6 Objetivos de la Plataforma de Biocomercio

2.6.1 Objetivo General

- Promover las inversiones y el intercambio en cadenas productivas regionales basadas en recursos de la biodiversidad amazónica, con ajuste a los principios de Biocomercio y uso sostenible de dichos recursos

2.6.2 Objetivos Específicos

- Promover el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.
- Facilitar al empresariado la oportunidad de contratar servicios de capacitación, asesoría o asistencia técnica y contactos entre actores interesados.

- Mejorar los flujos de información específica proporcionada por los diferentes actores institucionales para cada tipo de usuario.

2.7 Objetivos de la Plataforma de Facilitación de Información Financiera

2.7.1 Objetivo General

- Generar y promover el desarrollo de capacidades y oportunidades económicas de los usuarios estratégicos del servicio a través del acceso de los mismos a fuentes de financiamiento.

2.7.2 Objetivos Específicos

- Promover el otorgamiento de créditos reembolsables y no reembolsables para proyectos de inversión y de conservación ligados a los recursos de la biodiversidad Amazónica peruana.
- Impulsar la creación de mecanismos complementarios que faciliten el financiamiento, tales como fondos de garantía, incubadoras de negocios, foros de inversionistas, así mismo, líneas de créditos orientadas a las líneas productivas de la diversidad biológica.
- Mejorar la conexión de información para acceder a fondos concursables ó a inversionistas verdes que buscan oportunidades de bionegocios entre los usuarios estratégicos.
- Promover el uso de herramientas metodológicas de gestión de riesgos y de valorización del bosque.

2.8 Objetivos de la Plataforma de Gestión Ambiental

2.8.1 Objetivo General

- Contribuir a garantizar las buenas prácticas en la elaboración e implementación de los sistemas de gestión ambiental entre los actores públicos locales con responsabilidad ó interés en el desarrollo sostenible de la biodiversidad Amazónica peruana.

2.8.2 Objetivos Específicos

- Disminuir el retraso de información oportuna, relevante y comprensible en materia de gestión ambiental para una adecuada toma de decisiones entre los actores públicos locales.
- Contribuir a fortalecer los sistemas de información en materia de gestión ambiental.

2.9 Beneficios de *promAmazonía*

2.9.1 Para los Usuarios

2.9.1.1 Usuarios de Investigación Científica

- Facilita los trámites en la obtención de permisos y autorizaciones para acceder a recursos biológicos (fauna y flora), genéticos y conocimientos tradicionales.
- Facilita la realización de contratos, acuerdos y convenios.
- Permite establecer contactos con instituciones, entidades, convenios, proyectos de investigación e investigadores científicos a nivel internacional.
- Apoyo logístico científicas para investigadores nacionales y extranjeros, es un ente facilitador.

- Permite la coordinación y administración de las investigaciones.
- Es un medio de promoción del turismo científico.

2.9.1.2 Usuarios de Biocomercio

- Permite establecer contactos con futuros proveedores y/o clientes.
- Obtención de información precisa, útil y gratuita para quienes incursionen en el biocomercio y necesariamente deben conocer y aplicar un conjunto de herramientas y métodos de gestión diferentes en ciertos aspectos a los tradicionales.
- Ventaja comercial al acceder a información sobre oportunidades recientes de mercado y de capacitación (eventos y convenciones).
- Apoyo en el diseño de directrices acerca de la mejor manera de identificar, preparar y redactar proyectos de inversión (conservación y uso racional de los recursos).
- Establece una conexión directa y fácil entre actores del comercio nacional e internacional.
- Permite el funcionamiento de actividades económicas.

2.9.1.3 Usuarios de Facilitación Financiera

- Es un mecanismo complementario que facilita el financiamiento.
- Acceso a fondos concursables y a inversionistas verdes que buscan oportunidades de bionegocios.
- Maneja herramientas metodológicas de gestión de riesgos y de valorización del bosque, aplicando criterios sociales ambientales (en bionegocios)
- Acceso a herramientas de valoración de la sostenibilidad de bionegocios.
- Permite establecer contactos con donantes bilaterales, multilaterales, consultores y posibles socios de proyectos.

2.9.1.4 Usuarios de Gestión Ambiental

- Facilita a los diferentes niveles de gobierno presentes en la amazonía peruana, seguir los pasos necesarios para poner en práctica políticas y decisiones consistentes con los principios de una correcta gestión ambiental.
- Acelera el proceso de información relevante para la toma de decisiones políticas en los diferentes niveles de gobiernos en materia de gestión ambiental.
- Disposición de herramientas de gestión para campañas de sensibilización ambiental, certificación ambiental de gobiernos locales, monitoreo ambiental, planes de acción y agendas ambientales.
- Facilita y acelera la búsqueda de mapas.

2.9.2 Para los socios

- Capacidad de integrar e intercambiar información en línea entre diversas fuentes nacionales e internacionales.
- Integración de esfuerzos institucionales con la finalidad de sincronizar acciones y actividades que coadyuven al cumplimiento de sus objetivos.
- Propiedad y autonomía para el manejo, difusión y utilización de la información propia.
- Facilita el ampliar y mejorar la difusión y actualización de investigaciones, información en biocomercio, servicios y resultados que brinda la organización y/o institución.

2.10 ³Ámbito geográfico Inicial y Final de *promAmazonía*

Cada servicio de la plataforma tiene delimitado el área geográfica inicial que cubrirá gradualmente al desarrollo de los mismos.

Para los servicios de Biocomercio e Investigación Científica: el ámbito inicial de los servicios está constituido por las regiones de Loreto, San Martín, Ucayali y Madre de Dios. El ámbito final será toda la Amazonía Peruana.

Servicios de Facilitación Financiera: el ámbito inicial de estos servicios será la Amazonía peruana, y el ámbito final será la Amazonía continental.

Servicios de Gestión Ambiental: el ámbito inicial y final del sistema será la Amazonía peruana.

³ Documento Técnico Conceptual del Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica. Agosto de 2006. Equipo técnico del Proyecto BIODAMAZ - IIAP

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1 Análisis del Macroambiente

3.1.1 Aspectos políticos y económicos

Los finales de los años 90 en el Perú se caracterizaron por su bajo (e incluso negativo) crecimiento económico, fruto de la inestabilidad política y la tendencia de la región Latinoamericana, es a partir de allí que se pone en marcha las primeras reformas económicas; que tiene como eje fundamental el compromiso de crear una economía abierta, dinámica y moderna en la que impere la libre y leal competencia, y con la presencia de un Estado que únicamente regule la actividad económica sin participación en el proceso productivo y comercializador.

No obstante, la economía peruana empezó a recuperarse a partir del 2002, con tasas de crecimiento del PBI entre 4% y 5% por año, mayores exportaciones y un manejo más estricto y transparente de la política financiera. ⁴Durante el 2006, el PBI del Perú se expandió en 8,03% , movido en mayor proporción por construcción, comercio, servicios y la actividad agropecuaria.

Pese a ello, ⁵el Perú no ha logrado superar los altos índices de pobreza y abandono social de amplios sectores, con una población aproximada a 27.0 millones de habitantes, casi el 48% se encuentra en situación de pobreza y un 19.2% en situación de pobreza extrema. En términos absolutos, alrededor de 12.0 millones de peruanos son pobres (recibiendo menos de US \$ 2 por día) y casi 4.2 millones viven pobreza extrema (recibiendo menos de US \$ 1 al día).

La economía peruana depende en gran medida del sector minero que tiene un efecto multiplicador menor a diferencia de otros sectores (tales como el agrícola, construcción, metal mecánica y otros) debido a esto se deben incentivar otras actividades económicas que generen posibilidades de empleo y bienestar social en mayor parte de la población, una alternativa de desarrollo es el biocomercio, aunque hace falta la valoración económica de la diversidad biológica del Perú, los recursos naturales de la Amazonía representan potenciales fuentes de riqueza para la población, a pesar de ser la región con el mayor potencial para el desarrollo nacional desde el punto de vista de los recursos que alberga, no ha sido desarrollada ni aprovechada en forma sostenida.

Desde hace algunos años, el estado peruano ha impulsado iniciativas y programas a nivel nacional que promueven la conservación de la naturaleza y su desarrollo, pero aún éstas actividades no han encontrado una verdadera canalización tanto de información como soporte asistencial; los centro asistenciales cumplen un rol de facilitación que apoyan al cumplimiento de políticas nacionales y comparten una responsabilidad social en las regiones donde operan, el Centro de Promoción de la Biodiversidad peruana funciona bajo estos criterios, de aumentar la competitividad y la productividad nacional.

Adicionalmente, se espera que las exportaciones continúen su crecimiento positivo, sobre todo por mayores exportaciones de oro y por el incremento en las exportaciones de productos agropecuarios y metal –mecánicos, tanto por la expectativa de la introducción de nuevos productos en nuevos destinos, el incremento de investigaciones científicas en la Amazonía occidental y un mayor compromiso con la conservación del medio ambiente por parte del estado y organismos internacionales.

⁴ Resumen Estadístico 2006, Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

⁵ Banco Mundial de Desarrollo, Informe de Desarrollo Mundial Estadísticas 2005

3.1.1.1 Sector económico amazónico – Loreto⁶

En los primeros diez meses de 2006, la industria registró una expansión de 3,6% debido principalmente a la evolución positiva de los rubros motores y bombas para pozos, bebidas gaseosas, conservas de palmito y embutidos; aunado el impacto de la producción de cerveza Iquiteña.

El déficit comercial se acentuó en los últimos años ascendiéndose en el año 2006 a US\$ 36,9 millones, este resultado se explica por el crecimiento de las importaciones en 16,1%. Las exportaciones totalizaron US\$ 35,4 millones, monto inferior en US\$ 6,1 millones, por menor valor de los envíos de las empresas petroleras; y las menores ventas de productos forestales (2,9 por ciento), particularmente madera laminada y triplay. Por el contrario, crecieron las exportaciones de productos agroindustriales (74,7 por ciento), peces vivos (21,1 por ciento) y “otros productos” (101,6 por ciento); en las agroindustriales incidieron las ventas de conservas de palmito y pulpa congelada de camu camu.

3.1.2 Aspectos Sociales y Culturales de la Amazonía peruana⁷

Loreto es la región más extensa del Perú, con una superficie de 386,851.95 Km², la cual representa el 28.7% de la superficie total del país y su población equivale apenas el 3.4% del total, tiene una densidad poblacional de 2.46 hab/Km. La población al 2006 según las proyecciones es de 954,560 habitantes.

La vía más utilizada por los habitantes de la Región Loreto es la fluvial, la misma que permite la navegación de embarcaciones de mediano y gran calado transportando pasajeros y carga por los principales ríos de la selva. El centro de operaciones tanto de la vía fluvial como de la vía aérea constituye la ciudad de Iquitos de donde parten y llegan como destino final las diferentes naves que se encargan de unir las localidades.

3.1.3 Marco Legal

Una de las normas más importantes que rigen sobre el centro es el “Convenio sobre Diversidad Biológica” (Resolución Legislativa N° 26181 del 7 de junio de 1,993), que busca promover la conservación de los recursos naturales, la utilización sostenible de sus componentes y la distribución justa y equitativa de los beneficios de la utilización de los recursos genéticos.

Una iniciativa surgida dentro del Convenio sobre Diversidad Biológica y el Centro de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo es el Programa Biotrade que a través del “Programa Nacional de Promoción del Biocomercio-Perú” (PNBC), se define como uno de los instrumentos operativos de la Estrategia Nacional de la Diversidad Biológica, para impulsar el uso de la misma con criterios de sostenibilidad en base a las condiciones biológicas, culturales, sociales, institucionales, productivas, empresariales, tecnológicas, legales y financieras peruanas. Busca facilitar a los diversos agentes económicos del campo y la ciudad, el aprovechamiento de oportunidades productivas y de mercado mediante la prestación de servicios de asistencia técnica, capacitación, información, promoción comercial y otros servicios complementarios.

Entre otras legislaciones que favorecen las actividades del Centro (vinculados a los cuatro servicios de la plataforma) son la “Ley de Promoción de la Amazonía peruana”, “Ley Marco para el Crecimiento de la Inversión Privada en el Perú” (D.L. N° 757), “Ley Marco del

⁶ Síntesis Económica Loreto, B.C.R.P. Sede Regional Iquitos, Departamento de Estudios Económicos, Enero 2007.

⁷ Plan de Desarrollo Regional Concertado, Gobierno Regional de Loreto, Julio de 2005

Sistema Nacional de Gestión Ambiental” N° 28245, “Ley del Sistema Nacional de Evaluación Ambiental” N° 27446 y “Ley Orgánica para el Aprovechamiento Sostenible de los Recursos Naturales” N° 26821.

3.1.4 Marco Institucional

El Centro de Promoción de la Biodiversidad peruana se constituye sobre una infraestructura base integrada por diversos sistemas de información e instituciones socias las mismas que proveen información agregándosele valor en función a los objetivos trazados. Actualmente está conformado por 9 Instituciones, entre éstas se encuentran:

El Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP).⁸ Responsable de la implementación y nodo regional del Clearing House Mechanism (Mecanismo de Facilitación de Información sobre la Biodiversidad) a nivel de la Amazonía Peruana; y en el marco del proyecto BIODAMAZ, el IIAP contribuye con el desarrollo, inicio y continuidad de promAmazonía. Ha sido designado Nodo Facilitador del centro. El IIAP también es responsable de los siguientes sistemas de Información: SIAMAZONIA, SIFORESTAL Y BIONEGOCIOS.

Municipalidad Provincial de Maynas (MPM).⁹ Promueve la adecuada prestación de los servicios públicos locales, fomentando el bienestar de los vecinos y del desarrollo integral y armónico de las circunscripciones de su jurisdicción. Actualmente es la sede de funcionamiento (prestación de oficina) de promAmazonía.

Promoción de las Exportaciones (PROMPERU).¹⁰ Es la agencia de promoción de las exportaciones del Perú, integrada a un sistema dinámico de comercio exterior vinculada a la promoción y desarrollo de las exportaciones peruanas. Ejecuta eficientemente acciones que contribuyen a generar una oferta competitiva, diversificada y con valor agregado y dirige el desarrollo de mercados internacionales. El compromiso con promAmazonía es generar información actualizada sobre oportunidades de negocios.

Instituto Peruano de Productos Naturales (IPPN).¹¹ Las tareas que promueve son la promoción de la biodiversidad en especial de las plantas medicinales, el reconocimiento del valor económico a las comunidades, el desarrollo de actividades empresariales responsables, compromiso con la calidad de los productos y así como la investigación para encontrar nuevas especies y usos.

Gobierno Regional de Loreto (GOREL)¹². Tiene por finalidad esencial fomentar el desarrollo socio-económico regional integral y sostenible, promoviendo la inversión pública y privada, y el empleo, garantizando el ejercicio pleno de los derechos y la igualdad de oportunidades de sus habitantes, en concordancia con los planes y programas de desarrollo nacional, regional y local.

El Consejo Nacional del Ambiente (CONAM).¹³ Es el punto focal peruano designado para el Convenio sobre Diversidad Biológica y su Mecanismo de Facilitación (CHM-Perú), dando colaboración técnica y científica entre las partes y fomenta el intercambio de la información sobre diversidad biológica.

⁸ www.iiap.org.pe

⁹ www.munimaynas.gob.pe

¹⁰ www.promperu.gob.pe

¹¹ www.ippn.org.pe

¹² www.regionloreto.gob.pe

¹³ www.conam.gob.pe

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONCYTEC). ¹⁴Tiene por finalidad promover e impulsar el desarrollo en el ámbito de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica mediante la acción concertada y la complementariedad entre los programas y proyectos de las instituciones públicas, académicas, empresariales y organizaciones sociales.

Universidad Nacional de la Amazonía Peruana (UNAP)¹⁵. Tiene la finalidad de formar profesionales altamente calificados con sólida formación humanista, tecnológica y científica, con capacidad creativa e innovadora, orientada a atender las necesidades del desarrollo socio-económico del País y de la Región.

Cámara de Comercio de Industria y Turismo de Loreto. Promueve la libre empresa en nuestra Región representando los intereses de nuestros asociados sirviendo a la comunidad, así como la vinculación de oportunidades de negocios, a través de asesorías, capacitaciones y servicios empresariales especializados, impulsando así la competitividad en una economía en creciente globalización.

3.1.5 Análisis del sector

3.1.5.1 Investigación Científica

En el Perú, en el marco de una estrategia de apertura, las instituciones científicas y tecnológicas están estableciendo un sólido puente entre los científicos peruanos y los residentes en diversas partes del mundo. Para ello, el Perú requiere optimizar el funcionamiento del sistema de ciencia y tecnología, lo que se logra con la articulación de esfuerzos, la organización, gestión científica y tecnológica de todos los centros de investigación.

Oportunidades del Sistema de Investigación Científica en el Perú¹⁶

- Convenios comerciales potencialmente favorables que propician la proliferación de PYMES.
- Financiamiento de Ciencia y Tecnología: Tales como el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo, el fondo de incentivo al investigador creado últimamente, cooperación internacional, fondos de los canon de producción en las regiones.
- Disponibilidad de becas de estudio y pasantías.
- Modernización del estado: Se manifiesta en el incremento de la cobertura de los servicios (energía, telecomunicaciones, saneamiento, etc.).
- Inflación controlada y tasa de cambio estable: Permite planificar y programar las actividades de CyT.

A pesar de este cuadro de situación, en los círculos del gobierno la cuestión de la inversión en investigación científica no es visible, el gasto global anual en investigación científica y en desarrollo experimental en el país supera ligeramente los 40 millones de dólares, 42 por ciento de los cuales es asumido por empresas privadas, 30 por ciento por las universidades y 28 por ciento por los institutos estatales.

El Perú tiene varios nichos propios de investigación vinculados a sus posibilidades de desarrollo, el más importante y de más inmediato efecto económico es, quizás, el aprovechamiento de la diversidad biológica, que debería desarrollar el conocimiento ancestral de la población selvática y andina. Asimismo, la inacción del Estado para proteger

¹⁴ www.concytec.gob.pe

¹⁵ www.unapikitos.edu.pe

¹⁶ Oportunidades del Sistema de Investigación Científica en el Perú, Arturo Rojas , Marzo 2003, www.concytec.gob.pe

conocimientos de la farmacopea popular ha sido aprovechada por laboratorios transnacionales para patentar como suyos diversos productos botánicos nativos como la Uña de Gato, Maca y Sangre de Grado.

3.1.5.2 Biocomercio

Las iniciativas empresariales de pequeña y mediana escala en la amazonía esta en aumento, esto debido a las expectativas económicas que contrajo los múltiples acuerdos comerciales llevados a cabo a nivel internacional, el crecimiento económico, la estabilidad política y la inserción de políticas públicas para promover el Biocomercio en el país.

Los Bionegocios para ser considerados como tales deben tener ciertos criterios que a continuación se describen:

- Involucran a las comunidades locales, ribereñas y poblaciones de menores ingresos.
- Promueven la puesta en práctica de un reparto justo y equitativo de los beneficios derivados de la diversidad biológica, redundando en un desarrollo sostenible.
- Están orientados hacia la conservación de los recursos biológicos.
- Viables comercialmente en función a la tendencia del mercado.

Productos de la Amazonía Peruana con potencial para el Biocomercio¹⁷

1. Ingredientes Naturales, Cosméticos y Alimentos:

1.1 Camu Camu (*Myrciaria dubia*): Loreto y Pucallpa

1.2 Castaña (*Bertholletia excelsa* H.B.K): Madre de Dios

1.3 Sacha Inchi (*Plukenetia volubilis* linneo): San Martín, Pucallpa, Madre de Dios y Loreto.

2. Manejo de Fauna:

2.1 Mariposas: Loreto, San Martín y Madre de Dios

2.2 Paiche (*Arapaima gigas*): Pucallpa, San Martín y Loreto

2.3 Peces Ornamentales: en Loreto y Ucayali

3. Orquídeas: San Martín.

3.1.5.3 Facilitación de Información Financiera

¹⁸En el Perú existen pocos instrumentos que forman parte de un sistema de financiamiento, la actividad científica, tecnológica y de innovación se puede descomponer en cuatro categorías bien definidas, Todas estas categorías están relacionadas e interactúan entre sí:

- Capacidad CTI
- Transferencia Tecnológica internacional
- I+D e Innovación
- Desarrollo empresarial y Social

¹⁷ Diagnóstico del Programa Regional de Biocomercio en la Amazonía, Luis Campos Baca, Secretaría Técnica de la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, Lima, Junio 2006

¹⁸ Financiamiento del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación en el Perú, Jorge Yutronic, Lima, Noviembre del 2005.

Fuentes de financiamiento para CTI

Las principales fuentes del financiamiento para ciencia, tecnología e innovación existentes en Perú son las siguientes:

- Transferencias gubernamentales a universidades e institutos
- Recursos fiscales concursables
- Contratos con organismos internacionales
- Aportes por cooperación internacional
- Financiamiento empresarial

Destinos del financiamiento CTI

Los principales destinos del financiamiento para ciencia, tecnología e innovación existentes en el Perú son los siguientes:

- Universidades y entidades de formación
- Institutos tecnológicos estatales
- Organismos no gubernamentales (ONG)
- Personas

Otras entidades también son destinatarias de los recursos de financiamiento para CTI, tales como ciertos organismos públicos y las empresas. No obstante, su participación como receptores de esos recursos no es lo suficientemente relevante.

El sistema de financiamiento en el Perú no tiene profundidad ni impactos suficientes, esto se debe a varias causas: la escasa relación entre medios y fines del financiamiento, la poca coherencia entre los instrumentos existentes, el escaso énfasis en aplicación y busca de la competitividad y la falta de seguimiento y control.

Existe una nueva actitud y una valoración positiva, tanto a nivel gubernamental, como académica y empresarial respecto de la importancia en invertir en Ciencia Tecnología e Innovación, desde esta perspectiva, los instrumentos financieros adquieren un rol importante, esto plantea un desafío muy relevante para su diseño y gestión de modo que aseguren su éxito y satisfagan las expectativas.

3.1.5.4 Gestión Ambiental¹⁹

Actualmente, el marco legal de protección del medio ambiente es muy vasto y complejo en la medida que abarca una diversidad de aspectos relacionados con el impacto de la actividad del hombre sobre la naturaleza y los recursos naturales. En la política ambiental nacional además de especificar las instituciones y actores fundamentales se ha establecido una serie de regulaciones orientadas a conciliar el desarrollo de actividades productivas con el manejo sostenible de los recursos naturales en la Amazonía. Al respecto, vale la pena destacar los avances en el diseño de una estrategia nacional de conservación de áreas representativas de la diversidad biológica en cuanto normas de ordenamiento territorial y uso, control y monitoreo de los recursos naturales, incluyendo leyes específicas sobre manejo sostenible de bosques y aprovechamiento de los recursos forestales y no forestales, plantas medicinales, entre otros aspectos.

No obstante los avances, el Estado, las asociaciones sin fines de lucro, las entidades de cooperación internacional, las empresas y la población tienen mucho por hacer para

¹⁹ Desarrollo y Conservación del Medio Ambiente, Banco Central de Reserva del Perú, Loreto, 2006

proteger la diversidad de ecosistemas y zonas endémicas de la amazonía. Entre los aspectos pendientes están el perfeccionamiento y la adecuación del marco legal relativo al medio ambiente y protección de la amazonía y la mejora de instrumentos y capacidades para la ejecución de las normas y su divulgación a la población. Para ello es fundamental comprender la fragilidad de la diversidad biológica amazónica a fin de lograr un manejo equilibrado entre protección del medio ambiente y manejo productivo de los recursos.

3.1.6 Aspectos Tecnológicos

La infraestructura de telecomunicaciones se ha incrementado notablemente en los últimos años, el acceso a Internet se ve limitado por el elevado costo de conexión a Internet y a limitaciones técnicas, situación que empeora particularmente en las ciudades amazónicas y más aun en localidades ubicadas en zonas rurales de todo el territorio nacional. Los niveles socioeconómicos más altos concentran la mayor parte de computadoras, líneas telefónicas y acceso a Internet.

Recientemente en la ciudad de Iquitos se ha puesto a disposición el servicio de banda ancha a nivel domiciliario, ofreciéndose un servicio más eficiente y de calidad, cabe reconocer que el comercio electrónico ofrece un enorme potencial para el desarrollo de mercados de productos y servicios provenientes de la diversidad biológica amazónica.

3.1.7 Responsabilidad Social

El Centro es un canalizador de gestión de actividades, segmentadas en cuatro temas prioritarios ligados a la conservación y uso sostenible de la diversidad biológica de la Amazonía peruana, como tal apoya al cumplimiento de los planes y estrategias nacionales elaboradas para tal fin. De esta manera, contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población, a elevar el valor agregado y la competitividad; y con el manejo responsable del medio ambiente.

3.2 Análisis del Microambiente

3.2.1 Mercado meta

3.2.1.1 Plataforma de Investigación Científica

El mercado meta esta constituido por investigadores extranjeros y estudiantes universitarios nacionales e internacionales cuyas motivaciones están relacionadas a los servicios logísticos y a la necesidad de información especializada.

3.2.1.2 Plataformas de Biocomercio y Facilitación Financiera

El mercado meta lo conforman Micros, pequeñas y medianas empresas ubicadas en la región Loreto, que utilizan como insumo/producto los recursos de la biodiversidad amazónica.

3.2.1.3 Plataforma de Gestión Ambiental

El mercado meta son las Organizaciones no Gubernamentales (ONGs) con responsabilidad en materia de gestión ambiental y los agentes de decisiones públicas.

3.2.2 Competencia

PromAmazonía nace bajo la concepción integradora, el siguiente análisis está basado en un estudio comparativo con otras redes y centros asistenciales existentes en el país y en el extranjero.

3.2.2.1 Competencia directa

PromAmazonia es un sistema innovador en la región amazónica y en el Perú, no existen competidores homogéneos identificados en el mercado que integren información y/o servicios personalizados en temas de investigación científica, biocomercio, facilitación financiera y gestión ambiental. En todo caso, no existen competidores directos, sino, “socios potenciales”²⁰. El análisis comparativo da como resultado el énfasis que debe poner promAmazonía a la definición y perfeccionamiento de sus servicios hacia sus mercados metas ya que la competencia lo presenta de forma más explícita y directa a las necesidades de sus usuarios²¹.

3.2.2.2 Competencia sustituta²²

Son los Centros de información existentes ligados a los servicios de promAmazonía que poseen los demás países amazónicos y otros sitios web de organizaciones que provean información confiable sobre la Amazonía.

Actualmente internet provee una amplia y variada información sobre los temas antes mencionados, ejemplos de esto son los sistemas que posee Observatorio Nacional de Biocomercio ‘OBIO’ de Colombia²³, “Bolsa Amazónica” de Brasil²⁴, Bolivia²⁵ y Ecuador²⁶ que proporciona Información sobre productos y mercados, inteligencia de mercados y seminarios de capacitación y actualización; y finalmente “Globo Rural”²⁷ de Brasil que brinda información sobre biocomercio.

3.2.2.3 Proveedores

Para cumplir con los requerimientos de información y servicios promAmazonía depende directamente de sus socios estratégicos, para ello se debe diseñar un sistema de comunicación y trabajo conjunto que permita el funcionamiento óptimo y el cumplimiento de los objetivos, a continuación un detalle de los siguientes proveedores:

- **Proveedores de recursos de Información y/o servicios de Investigación Científica:** Instituciones proveedoras de servicios científicos tales como universidades, instituciones de investigación y Organizaciones no gubernamentales poseedoras o generadoras de información científica de forma física o digital (publicaciones, contenidos o materiales estáticos y/o dinámicos) sobre la Amazonía Peruana y su biodiversidad. Actualmente, promAmazonía se compone de una red de 3 instituciones que respaldan a los servicios científicos poniendo a libre disposición su información y su infraestructura de investigación en el sitio web de la Red.

²⁰ Entrevista al Ing. Victor Miyakawa del IIAP-Iquitos, representante de promAmazonía.

²¹ Anexo N° 1 Cuadro Comparativo con instituciones ligadas a los servicios

²² Anexo N° 2 Cuadro Comparativo Internacional

²³ www.humboldt.org.co

²⁴ www.bolsaamazonia.com.br

²⁵ www.bolsaamazonia.com.br/bolivia

²⁶ www.Bolsaamazonia.com.br/ecuador

²⁷ www.globorural.globo.com

- **Proveedores de recursos de Información y/o servicios de Biocomercio:** Instituciones públicas y privadas proveedoras de información y asistencia en desarrollo de mercados, inteligencia comercial y promoción de las exportaciones. Los proveedores que conforman esta plataforma son: Promoción de las Exportaciones, actualmente PROMPERU²⁸, Instituto Peruano de Recursos Naturales (IPPN) y el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP).
- **Proveedores de recursos de Información y/o servicios de Facilitación Financiera:** Instituciones públicas y privadas que proveen servicios financieros y no financieros a nivel nacional e internacional. Esta plataforma aún no cuenta con un socio estratégico.
- **Proveedores de recursos de Información y/o servicios de Gestión Ambiental:** Instituciones públicas y privadas (organizaciones no gubernamentales en materia de gestión ambiental) que proveen servicios ambientales. El centro tiene como principal socio a la Comisión Nacional de Medio Ambiente.
- **Informáticos:** Empresas del sector informático o tecnológico que provean el hardware y software para la integración y el mantenimiento de información en línea, así como para la actualización del software y el mantenimiento de los equipos requeridos por el sistema.

²⁸ El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) aprobó la fusión por absorción de la Comisión de Promoción del Perú (Promperú) con la Comisión para la Promoción de Exportaciones (Prompex).

4. SONDEO DE MERCADO

Debido a la concepción de promAmazonía, se ha optado por individualizar los estudios de mercado por cada plataforma. El presente estudio se realizó con la finalidad de obtener información confiable para la toma de decisiones y que el sistema global sea una herramienta útil para sus respectivos usuarios.

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivos Generales

- Definir el grado de aceptación inicial por los usuarios y socios ligados a las cuatro plataformas, (evaluación de los primeros seis meses de funcionamiento del Centro).
- Identificar los servicios de información y apoyo administrativo de mayor valor para los usuarios de las plataformas, así como conocer el interés de los usuarios de publicitar a través de las mismas.
- Determinar las características del perfil de usuario con mayor potencial, que solicitaría los servicios ofrecidos de las plataformas.
- Obtener información precisa y útil para la retroalimentación y actualización de los servicios de información y asistencia técnica en las cuatro plataformas.
- Establecer las formas de ofrecer los servicios de promAmazonía al mercado local, regional e internacional.

4.1.2 Objetivos Específicos

4.1.2.1 Primer Objetivo General

- Determinar el conocimiento de los usuarios y socios acerca de promAmazonía - plataforma de Investigación Científica, Biocomercio y Gestión Ambiental.
- Determinar el índice de satisfacción general de los usuarios por consulta personalizada y por autoinformación en la web que actualmente tiene promAmazonía.

4.1.2.2 Segundo Objetivo General

- Valorar la importancia de los servicios de información y las herramientas de gestión que proporciona las plataformas actualmente.
- Identificar la frecuencia de requerimiento de los servicios de información y asistencia técnica de mayor importancia para los usuarios.
- Determinar el número de requerimientos de servicios de información y asistencia técnica por cada visita de usuario a promAmazonía.
- Determinar la intención de los usuarios de publicitar en la Web site de promAmazonía.
- Definir los servicios de información con valor agregado y asistencia técnica que pueden ser cobrados en un futuro por promAmazonía.
- Identificar la disponibilidad de pago por los servicios que pueden ser cobrados en un futuro.
- Obtener información sobre los precios de los servicios.

4.1.2.3 Tercer Objetivo General

- Determinar el tamaño de la empresa ó institución de la plataforma de biocomercio.
- Determinar el nivel socioeconómico, nacionalidad y edad de los usuarios de la plataforma de Investigación científica.

4.1.2.4 Cuarto Objetivo General

- Determinar los problemas e inconvenientes, ó vacíos de información para el mejoramiento del sistema y la atención personalizada.
- Compilar recomendaciones y sugerencias a través de socios para mejorar el sistema de promAmazonía y darle un mayor valor agregado.
- Determinar la integración de servicios de información y apoyo administrativo con socios actuales y potenciales.

4.1.2.5 Quinto Objetivo General

- Definir los medios de comunicación idóneos para publicitar los servicios a nivel regional y nacional.
- Determinar la mejor manera de ofrecer los servicios y publicitar promAmazonía en el extranjero.

4.2 Metodología

El sondeo de mercado es de tipo exploratorio y concluyente, las herramientas que se utilizaron fueron la encuesta y entrevistas a profundidad. Se recurrió a otras fuentes primarias: base estadística de google analytics (electrónica) y el registro de visitas del centro. Así mismo, se han utilizado fuentes secundarias tales como revisiones bibliográficas y datos estadísticos de instituciones externas.

4.2.1 Fuentes Primarias

4.2.1.1 Entrevistas a Profundidad

Se realizó entrevistas a profundidad a usuarios²⁹ y socios actuales y potenciales³⁰ de cada una de las plataformas que conforman promAmazonía, a especialistas relacionados a los temas de interés. Asimismo, se ha planteado para la plataforma de Gestión Ambiental, este procediendo debido a la naturaleza de sus usuarios.

4.2.1.2 Encuestas

La metodología empleada para la encuesta es el método de muestreo no probabilístico por conveniencia debido a la segmentación y naturaleza de los usuarios y a limitaciones presupuestales. En primer lugar, se elaboró la encuesta piloto, la cual fue aplicada durante 2 meses a 30 usuarios para afinar las preguntas (de los cuatro servicios) y posteriormente se encuestó a 206 usuarios.

La forma de aplicación de encuestas fue por conveniencia, es decir, se encuestó a los usuarios más representativos de cada plataforma según su diseño, tal es el caso de Biocomercio y Facilitación Financiera³¹ en negocios, que se escogió a empresas productivas y extractivas (100 muestras) que operan en la región y otras a nivel nacional. Para la plataforma de Investigación Científica y Facilitación financiera en investigación³² se encuestó a estudiantes de universidades nacionales y extranjeras relacionadas a carreras de investigación; y a investigadores internacionales (106 muestras). Cabe señalar que se requirió a 10 personas para la ejecución de la encuesta.

²⁹ Anexo N° 4 – Guía de Pautas de Usuarios

³⁰ Anexo N° 5 – Guía de Pautas de Socios Actuales y Potenciales

³¹ Anexo N° 6 - Encuesta de Biocomercio y Facilitación Financiera en negocios

³² Anexo N° 7 – Encuesta de Investigación Científica y Facilitación Financiera en investigación

4.2.1.3 Registros de Visitas del Centro

El centro ha iniciado sus actividades de atención personalizada el 4 de Octubre del 2006, las mismas que han sido analizadas con el objetivo de identificar los usuarios actuales y los servicios de la plataforma de mayor demandan considerándose a las visitas personalizadas las de mayor concurrencia de usuarios, estos datos nos permitirán redireccionar nuestras acciones hacia el público objetivo ó mercado meta.

El periodo de análisis está comprendido entre el 5 de Octubre del 2,006 hasta el 30 de Marzo de 2,007.

4.2.2 Fuentes Secundarias

Se ha recolectado información de diferentes publicaciones relacionadas con las cuatro plataformas. Las principales fuentes empleadas son las siguientes:

- Análisis de Mercado de Servicios para la Conservación y Uso sostenible de la Diversidad Biológica, Febrero 2004.
- Diagnóstico del Programa Regional de Biocomercio en la Amazonía, Junio 2006.
- Plan Estratégico Nacional Exportador.
- Plan Estratégico Regional Exportador.
- Elaboración de Estadísticas de la Micro y Pequeña empresa, Diciembre 2005.
- Las Oportunidades del Comercio para el Ambiente y la Biodiversidad, Febrero 2005.
- Financiamiento del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación del Perú, Noviembre 2002.
- Ciencia y Tecnología en el Perú, Agosto 2006.
- Capacidades en Investigación Científica y Tecnológica en el Perú, Marzo 2003.
- Servicios Ambientales: Aspectos del Mercado y Negociación.

4.3 Resultados del Estudio de Mercado

4.3.1 Plataforma de Investigación Científica

4.3.1.1 Información Secundaria Resumida

- En el Perú, en el marco de una estrategia de apertura, las instituciones científicas y tecnológicas están estableciendo un lazo más sólido entre los científicos peruanos y los residentes en diversas partes del mundo.
- El gasto global anual en investigación científica y en desarrollo experimental en el país supera ligeramente los 40 millones de dólares, 42 por ciento de los cuales es asumido por empresas privadas, 30 por ciento por las universidades y 28 por ciento por los institutos estatales.
- El incremento de las investigaciones científicas en la Amazonía occidental dará como resultado la búsqueda de socios con quienes colaborar en los países amazónicos andinos.
- En la región Loreto, existen algunas instituciones que poseen infraestructura para la investigación científica, así como herramientas para difundir la información.
- La región Amazónica alberga la mayor parte de la vida y ecosistemas existentes en el territorio peruano, comprendiendo parte de una de las áreas más ricas, diversas y frágiles del planeta.

4.3.1.2 Entrevistas a Profundidad a usuarios de la plataforma

- Los investigadores señalaron que entre los problemas y dificultades más frecuente que tuvieron en su expedición se encontró que la obtención de permisos en especial para la exportación de especímenes que es uno de los trámites más burocráticos que tienen que lidiar los investigadores nacionales y extranjeros (particularmente éstos últimos, que tienen barreras con respecto al idioma, cultura y el tiempo).
- El investigador recurre a sus propios medios, es decir son los mismos que realizan la logística de su expedición (trámites, búsqueda del medio de transporte adecuado entre otros), la mayoría de veces los investigadores están dispuestos a delegar esta actividad a una fuente externa, pero al no encontrar organizadores confiables tienden a ser ellos mismos quienes se ocupan de estas actividades.
- Entre los servicios a demandar por los investigadores se encuentran trámites de exportación de especímenes, permiso de ingreso a reservas, trámites de extranjería y guías especializados.
- Los investigadores están dispuestos a pagar por los servicios asistenciales, ya que facilita el trabajo en la zona y se concentran esfuerzos hacia sus verdaderos fines.
- La tramitación de permisos son los servicios con precios más altos que oscilan entre un mínimo de \$100 hasta un máximo de \$3000 (permisos para exportar especímenes).

4.3.1.3 Encuestas a Usuarios de Investigación Científica³³

Funcionamiento del Sistema

- El 84% de los encuestados manifestó no conocer promAmazonía, y sólo el 8% del total que afirmó haber escuchado acerca del centro hizo uso del servicio, que en su mayoría eran estudiantes universitarios, los mismo que manifiestan como principal inconveniente la desactualización y la falta de información compilada y sistematizada dentro de la red.
- Casi la mayoría de los encuestados confundieron a promAmazonía con ProAmazonía – Programa para el Desarrollo de la Amazonía que dirige el Ministerio de Agricultura, que es una página web dedicada a la promoción agrícola del Perú.

Servicios

- La valoración de los servicios está relacionada a la necesidad del usuario, los estudiantes universitarios priorizan sus servicios en directorio de investigadores y estudios y/o consultorías en temas socioculturales y económicos; mientras que los usuarios cuyo nivel de instrucción es mayor priorizan sus requerimientos en información sobre infraestructura científica, paquetes de información sobre temas específicos y directorio de investigadores.
- El 38% de los usuarios está dispuesto a pagar por los servicios personalizados, este resultado se interrelaciona con los usuarios cuyo nivel de instrucción es mayor que la de pre grado.
- Entre los servicios con mayor disponibilidad de pago se encuentran apoyo en los trámites para la obtención de permisos y búsqueda de financiamiento para investigación (servicio de mayor demanda en gestión de fondos para investigación), cuyos precios oscilan entre \$32 y \$ 36 dólares respectivamente.
- Se determinó que la frecuencia de requerimiento de información y servicios con mayor valor para los usuarios es mensual y la cantidad solicitada varía entre dos (2) a cuatro (4) servicios.

³³ Anexo N° 8 – Resultados Estadísticos Investigación Científica y Facilitación Financiera en investigación (Análisis Variado y Bivariado)

4.3.2 Plataforma de Biocomercio

4.3.2.1 Información Secundaria Resumida

- En la Región Loreto, los servicios más demandados son de capacitación en Planes de Bionegocios, Planeamiento Estratégico y Captación de fondos nacionales e internacionales y información de mercados, aprovechamiento forestal, tecnologías productivas, valoración económica de la diversidad biológica, productos y mercados para zocriaderos y marketing de productos de la DBA.
- Los mecanismos de facilitación de trámites y procedimientos administrativos en materia de comercio exterior no están suficientemente difundidos y el acceso y utilización aún son complejos.
- Loreto constituye la décima economía más grande del país, a pesar de contar con gran potencial por la riqueza de recursos naturales que posee, sólo produce el 3.1% del PBI nacional.
- La estructura productiva de la Región está formada por 99% de micro y pequeñas empresas.
- La Región tiene un potencial importante para el desarrollo de su biodiversidad y en particular la medicina natural, flora y fauna exótica.
- Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) representan el 98% del total de empresas e iniciativas económicas en el Perú; generan aproximadamente el 75% del empleo y aportan alrededor del 44% de la riqueza generada.

4.3.2.2 Entrevistas a Profundidad con usuarios de la Plataforma

- Los empresarios de Loreto demuestran una mayor incidencia de empirismo en el manejo empresarial, a esto se le suman los “altos costos” que los empresarios creen que tienen los servicios de consultoría y que a dichas empresas “no les es necesario recurrir a profesionales especializados”.
- Existe el interés de empresarios no locales para invertir en la amazonía y que pueden ser potenciales usuarios de servicios de información y asistencia técnica del centro.
- Con respecto a las capacidades técnicas, existe un grado de insatisfacción por parte de algunas empresas debido a la falta de especialistas en la región, los empresarios únicamente están dispuestos a recurrir a un centro consultor y pagar por los servicios si están seguros de recibir información de calidad y de profesionales de renombrada trayectoria. los empresarios prefieren indagar por ellos mismos información relevante para sus proyectos.
- Los empresarios pagarían únicamente por servicios realizados de acuerdo a sus requerimientos de calidad y profesionalismo.
- Entre los servicios a demandar por los usuarios se encuentra: Búsqueda y contacto con especialistas, identificación y contacto con proveedores, estudios de factibilidad de proyectos de inversión, servicios de consultoría, informe sobre precios internacionales y agendas de negocios, etc.
- El rango promedio de los precios de los servicios a demandar oscilan entre \$300 Y \$1000.

4.3.2.3 Encuestas a Usuarios de Biocomercio³⁴

Funcionamiento del Sistema

- El 40% de los encuestados manifestó conocer promAmazonía pero no tenían una idea clara de la concepción de la misma, de este grupo de encuestados sólo el 5% afirmó haber hecho uso de los servicios y fueron éstos quienes calificaron el nivel de calidad del sistema.
- El nivel de satisfacción de los encuestados que hicieron uso de los servicios esta comprendida entre “buena” y “muy buena”, con referencia al buen trato, eficiencia en la consulta y claridad de la información brindada por el asistente.

Servicios

- El servicio con mayor valoración para los encuestados de biocomercio es la “búsqueda de compradores en el extranjero”, “información específica sobre bionegocios” y apoyo en la obtención de permisos y orientación para la exportación”. Estos resultados está relacionado a la necesidad de la empresa y el nivel de instrucción de los encuestados.
- La valoración de los servicios está en función a las necesidades de los usuarios y a las de su empresa, para el caso de los usuarios cuyo nivel de instrucción es mayor que el nivel primario, sus requerimientos son “búsqueda de compradores en el extranjero” y “búsqueda de financiamiento para sus empresas”.
- Los encuestados manifestaron su interés de publicitar en la red de promAmazonía (84% requiere publicitar en la web site), ya que consideran una herramienta importante para el crecimiento y la competitividad de sus empresas
- El 66% de los usuarios está dispuesto a pagar por los servicios que brinda promAmazonía, y entre los servicios de mayor demanda y mayor desembolso de dinero a pagar se encuentran: “Búsqueda de compradores en el extranjero” y “Búsqueda de financiamiento”.
- La frecuencia de requerimiento del servicio es mensual, teniendo como cantidad a requerir entre dos (2) a cuatro (4) servicios.
- El perfil de usuario de biocomercio es un empresario local, dispuesto a pagar por los servicios que tengan alto grado de calidad y eficiencia, su edad oscila entre los 36 t 50 años.

4.3.3 Plataforma de Información Financiera

4.3.3.1 Información Secundaria Resumida

- Con el avance tecnológico, pequeñas empresas eficientes hacen posible negocios rentables. Estos se encuentran en: agroindustria, textil, maderas.
- Aparte del capital privado y su capacidad de endeudamiento, no existen fuentes formales estables en el mercado para capital semilla o para capital de riesgo, entre otras necesidades típicas para el desarrollo de nuevos proyectos e iniciativas empresariales.
- En innovación tecnológica (último concurso realizado por COFIDE) se presentaron 67 proyectos y se seleccionaron 8 por un monto total de US\$170.000. Entre los principales temas se encontraron la agroindustria, principios activos y nutraceútica, acuicultura (peces amazónicos), zootecnia y ecoturismo.

³⁴ Anexo N° 9 – Resultados Estadísticos de Biocomercio y Facilitación Financiera en negocios (Análisis Variado y Bivariado)

- Ha habido un avance positivo de las microfinanzas en el país, con la aparición en la banca privada de Bancos que han segmentados sus servicios a las micro y pequeñas empresas.

4.3.3.2 Entrevistas a Profundidad con usuarios de la plataforma

- En el país recurrir a fuentes de financiamiento tiene muchas limitaciones ya que se carece de instrumentos de gestión de riesgos en el mercado financiero y las instituciones financieras privadas no invierten en estos proyectos y si lo hacen los intereses son sumamente altos.
- Las Agencias financieras del gobierno son el primer medio que frecuentemente acuden las empresas para buscar información y dar inicio a sus actividades empresariales ya que las entidades financieras privadas no otorgan créditos a proyectos nuevos y el Gobierno central tiene programas que incentivan la creación de empresas pero la desventaja es la falta de extensión de estos programas.
- Cabe recalcar que la mayoría de empresas optan finalmente por financiar sus inversiones con recursos propios.
- Se demuestra en los resultados que la demanda de los servicios de información y asistencia financiera están enfocados a la búsqueda y obtención de financiamiento (incluye instituciones financieras privadas, organismos gubernamentales y no gubernamentales).
- Los rangos de precios de los servicios anteriormente mencionados oscilan entre los S/. 200 y S/ 1500 brindados por los usuarios acerca de los conocimientos que ellos tienen del mercado, esto nos permite tener información mas exacta de cómo se están cotizando los precios de estos servicios.

4.3.3.3 Encuestas a Usuarios de Información Financiera

- Entre las herramientas de gestión más utilizadas entre los usuarios de biocomercio ligadas a esta plataforma se encuentra: la “búsqueda de financiamiento en entidades privadas” y “Asesoramiento en la elaboración de proyectos”.
- La gestión de fondos para la plataforma de investigación científica está ligada al “financiamiento para proyectos de investigación” y el “asesoramiento en la elaboración de proyectos de investigación”, seguidos finalmente de información sobre becas.

4.3.4 Plataforma de Gestión Ambiental

4.3.4.1 Información Secundaria Resumida

- El mercado de los servicios de caracterización de la calidad ambiental está condicionado por la eficacia de la autoridad ambiental regional o nacional en la exigencia del cumplimiento de la normatividad vigente.
- América Latina, Asia, Europa del Este y África, canalizan un poco más del 50% de los recursos destinados al sector ambiental a las actividades de equipamiento para manejo y tratamiento de agua, estas proporciones son significativamente mayores a las que en promedio destina el mundo para tales efectos, en este sentido, la orientación de su mercado ambiental responde a los nuevos marcos regulatorios y a una mayor preferencia social en favor de la protección del ambiente.
- La relación entre el valor del mercado ambiental y el PIB de cada país, es un indicador del esfuerzo y la importancia que cada sociedad asigna a la solución de los problemas ambientales.

4.3.4.2 Entrevistas a Profundidad a usuarios de Gestión Ambiental

- Los servicios de mayor requerimiento son los diagnósticos ambientales, este servicio es una herramienta muy importante en la elaboración de un proyecto ambiental, y la orientación para sistemas de monitoreo ambiental.
- Los servicios de consultoría tienen precios más bajos que “otros servicios” (impresión de cartografías y estudios socioeconómicos) cuyos rangos se encuentran muy por debajo de los precios del mercado, a diferencia del segundo sus precios oscilan entre los \$350 (mínimo) a \$1000 (máximo).

4.3.5 Entrevista a profundidad a socios actuales y potenciales

- Frente a otros sistemas similares, promAmazonía tiene un mayor potencial ya que representa una herramienta de gestión de segundo piso, personalizada y con una mayor interactividad entre sus usuarios, para su desarrollo interinstitucional debe tener un rol integrador dinámico y eficiente.
- Es una herramienta útil para diversos programas con fines sociales, tales como el programa de biocomercio, el programa de apoyo a las pymes, GECEX y programas regionales relacionados a los servicios.
- La competitividad de promAmazonía radica en dar valor agregado a la información y servicios brindados por socios y colaboradores, se debe incidir en la categorización de los servicios para facilitar la organización de información, atención, actualización y conexión con los socios. También se debe profundizar la investigación de servicios a integrar y acuerdos con socios para pasar a la integración informática y de recursos humanos.
- Las instituciones (tanto socios actuales y potenciales) entrevistadas manifestaron su interés en apoyar en aspectos técnicos, asignación de especialistas y en bienes intangibles para el sostenimiento de promAmazonía. Así mismo se denotó un gran interés en la participación activa en los talleres realizados por los socios donde promAmazonía tiene una ventana libre de publicidad gratuita.
- La asignación mensual de especialistas a brindar por socios actuales y potenciales oscila entre \$50 y \$300, los mismos que intervendrían en la realización de talleres y cursos programados por promAmazonía.

4.3.6 Registros de actuales Visitas del Centro³⁵

- Desde el inicio de sus actividades el Centro ha atendido en su mayoría a estudiantes (nivel secundario y universitario, público objetivo marginal) con un 67,49% del total de visitantes, dentro de esta clasificación tenemos a estudiantes de colegios, universitarios y tesisistas, sólo el 21% de visitantes representa al público objetivo primario.
- promAmazonía tiene una pendiente negativa de crecimiento durante los meses de Diciembre a Marzo, las mismas que hacen una brecha considerable con los dos primeros meses de funcionamiento.
- La plataforma de servicio más visitada (según público objetivo primario) es la de Biocomercio con un 9%, seguido por facilitación financiera con un 4% y finalmente los servicios científicos y ambientales con un 3% cada uno respectivamente. El 82% de servicios solicitados representa el conjunto de información dentro de la red que no está tipificada como servicios directos del Centro.
- El 92% de visitantes lo conforman usuarios locales, seguidos con un 4% de usuarios nacionales y extranjeros. El 96% de los usuarios tienen acceso a través de la oficina (visita personalizada), y el 4% restante lo hace mediante medios informáticos y vía telefónica.

³⁵ Anexo N° 11 – Resultados Estadísticos de Visitas Personalizadas

- Entre los paquetes de información específica más requeridos se encuentran: estudios relacionados al paiche, peces ornamentales, empresas exportadoras de madera, zocriaderos y servicios tales como apoyo en la obtención de financiamiento, búsqueda de compradores en el extranjero, contacto con especialistas, entre otros.

4.4. Conclusiones

- La búsqueda de socios de universidades extranjeras que realizan investigación en la amazonía continental tendrá como consecuencia la consolidación de la infraestructura de investigación de las instituciones que brindan estos servicios, así mismo se hará necesario la creación de soportes logísticos que faciliten estas investigaciones.
- El alcance de las actividades del centro no ha sido suficiente como para posicionarlo dentro de sus primeros seis meses de funcionamiento, en ambas encuestas (investigación científica y biocomercio) se manifiesta un resultado pobre frente al conocimiento que tiene el público objetivo acerca de la concepción de promAmazonía, confundiéndolo muchas veces con ProAmazonía (institución diferente a la nuestra), se debe considerar como unos de los puntos fuertes revertir estos resultados ya que actualmente ProAmazonía no tiene un desempeño eficiente y genera una imagen confusa y negativa del centro.
- La influencia de la calidad actual de atención al usuario por medio del asistente y la página web no son variables influyentes en los resultados negativos que tiene promAmazonía, sino que carece de una campaña promocional para dar conocer la institución y sus servicios la misma que es corroborada en la encuesta.
- La estructura productiva de la Región está formada por 99% de micro y pequeñas empresas, potencial nicho de mercado para los servicios de biocomercio.
- El perfil de usuario de biocomercio es un empresario local, dispuesto a pagar por los servicios que tengan alto grado de calidad y eficiencia, su edad oscila entre los 36 y 50 años, muy similar al público objetivo primario de investigación científica, que está dispuesto a pagar un precio alto por los servicios (presenta solvencia económica), su edad oscila entre los 36 y 50 años y los requisitos de calidad y eficiencia son indispensables.
- El mercado de servicios ambientales está condicionado a la normatividad que impulsen las políticas de gobierno en materia ambiental, el Perú es un país con un alto potencial en estos servicios pero aún su crecimiento es lento, actualmente el mercado está limitado solo a los servicios de gestión de residuos sólidos y al tratamiento de aguas.
- El público objetivo para los servicios de gestión ambiental lo conforman Organismos no gubernamentales que realicen actividad en la región relacionados en materia ambiental, quienes no están dispuestas a pagar por el servicio.
- Las instituciones socias actuales manifestaron su disponibilidad a colaborar con el sostenimiento de promAmazonia a través de asignación de especialistas, aspectos técnicos en el sistema y en bienes intangibles.
- Actualmente promAmazonía tiene una pendiente negativa de crecimiento, para ello debe implantar una estrategia de publicidad enfocada a su público objetivo primario y secundario.

5. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

5.1 Visión

promAmazonía al 2012, es el soporte funcional líder y eficiente en la prestación y gestión de información y servicios de capacidades técnicas en materia de Investigación Científica, Biocomercio, Facilitación de Información Financiera y Gestión Ambiental en la Amazonía peruana.

5.2 Misión

promAmazonía está orientado al mejoramiento de las capacidades para la conservación y uso sostenible de la biodiversidad en la amazonía peruana a través de un conjunto de servicios informativos y asistencia técnica que promueve la formación de capacidades regionales y fomenta el fortalecimiento e integración de instituciones.

5.3 Análisis FODA

5.3.1 Ambiente Interno

Fortalezas:

- Conocimiento sistematizado (Base de datos web) de cada servicio de la plataforma.
- Presta servicios personalizados.
- Integra información con otros sistemas afines de instituciones (asociados), a través de servicios web.
- El Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana (IIAP), es el nodo facilitador comprometido con el soporte institucional del centro, así mismo es una institución respetada en la Amazonía Peruana.
- Flexibilidad y accesibilidad asociativa con entidades, instituciones y empresas.

Debilidades:

- El centro es subvencionado en gran medida por un proyecto de limitada duración.
- Presupuesto es limitado.
- No existen compromisos concretos de los socios actuales.
- El centro es percibido como propiedad del nodo facilitador (IIAP), lo que dificultaría en gran medida el aporte de los socios actuales y potenciales.
- Escaso conocimiento del público objetivo sobre la existencia y beneficios del Centro.
- Carece de una organización interna que se encargue de la ejecución de planes de operación del centro.

5.3.2 Ambiente Externo

Oportunidades:

- Tendencia mundial creciente de investigaciones científicas en la amazonía continental, que generan una mayor demanda en servicios logísticos de investigación.
- Existencia de gran cantidad de sistemas de información sin un medio gestor de capacidades técnicas.
- Los servicios de biocomercio contribuirán a cumplir con el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX), los planes estratégicos regionales amazónicos, y los planes regionales de exportación (PERX).

- Asimismo, cada servicio del centro está diseñado a contribuir con el cumplimiento de los planes estratégicos de instituciones socias.
- Oportunidades de inversión para las pequeñas y micros empresas urbanas y comunales a través de los programas de Biocomercio de los gobiernos centrales y regionales.
- Mejora de la comunicación entre actores institucionales en la amazonía peruana.
- Actores claves tienen la necesidad de un centro de gestión de capacidades técnicas.
- Es creciente la preocupación por el gobierno central y los gobiernos locales por la conservación de la biodiversidad amazónica, demanda potencial de los servicios de gestión ambiental y posibles socios para la sostenibilidad del centro.

Amenazas:

- Riesgos en la sostenibilidad operativa y económica del centro.
- El empirismo y la informalidad de los usuarios para requerir servicios que ellos consideran “tecnicismo”.
- La política de servicios gratuitos a largo plazo dificulta la realización de cobros futuros por la prestación de servicios personalizados.
- La inestabilidad institucional de socios y colaboradores sobre las condiciones de cartas de entendimiento o convenios que pone en peligro el sostenimiento de información y servicios.

5.4 Factores Críticos de Éxito

A continuación se definen los elementos esenciales para cumplir con éxito la misión de promAmazonía.

1. Integración, respaldo y participación de las actividades promovidas y ejecutadas por socios actuales y potenciales, así como de organizaciones privadas afines a los servicios del Centro.
2. Posicionamiento de la imagen de promAmazonía y difusión integral a nivel regional, nacional e internacional como centro de referencia de la Amazonía peruana.
3. Disposición oportuna de recursos que permitan el mantenimiento óptimo y el cumplimiento de los objetivos del Centro.
4. Acuerdo de metodologías para el análisis e intercambio de información y servicios personalizados con socios.
5. Recursos humanos calificados y comprometidos con los objetivos y la permanente mejora del sistema.

5.5 Objetivos Organizacionales

Los objetivos planteados son guías de acción enmarcadas dentro del periodo de cinco años (2,008 – 2,012), las mismas que deberán respaldar las tomas de decisiones sobre el futuro del sistema.

5.5.1 Objetivos Generales

- Ser reconocida internacionalmente como una institución que fomente la conservación y uso sostenible de la biodiversidad amazónica.
- Consolidar y posicionar el desarrollo institucional de promAmazonía.
- Afianzar las relaciones institucionales con socios actuales.
- Estructurar la composición de la organización interna de promAmazonía.
- Emplear eficientemente los recursos del sistema.
- Lograr una logística eficiente y oportuna.
- Contar con recursos humanos debidamente preparados.

- Superar las expectativas de los usuarios en cuanto a calidad y eficiencia de los servicios brindados.
- Asegurar la sostenibilidad económica y financiera del Centro.

5.5.2 Objetivos Específicos

5.5.2.1 Corto plazo (un año)

- Concientizar a los usuarios a través de los servicios la práctica de los principios de conservación y del Biocomercio.
- Establecer un programa de comunicación integral para difundir la importancia de la existencia y beneficios de promAmazonía entre instituciones, organizaciones (públicas y/o privadas) y público objetivo a nivel regional.
- Establecer compromisos con socios actuales a través de cartas de entendimiento.
- Ejecutar mecanismos de trabajo interinstitucional con socios actuales para establecer los términos para el intercambio de información y de servicios entre instituciones.
- Conformar el Consejo Directivo del Centro, integrado por representantes de socios.
- Generar procesos de comunicación, retroalimentación y actualización que permitan mejorar el desempeño del sistema.
- Realizar alianzas estratégicas con instituciones u organizaciones proveedoras de bienes y servicios que se ajusten a las necesidades del centro.
- Capacitar al personal, sobre todo, al que ofrece el servicio directo a los usuarios.
- Establecer las responsabilidades y costos derivados de la pertenencia a promAmazonía entre los socios participantes.
- Crear una unidad de costos de promAmazonía para mejorar el control de gastos derivados del funcionamiento del sistema.
- El Centro debe constituirse como una unidad de negocios dentro de la organización del Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana.

5.5.2.2 Mediano plazo (tres años)

- Mejorar constantemente los servicios.
- Establecer un programa de comunicación integral a nivel nacional e internacional
- Favorecer la comunicación constante y oportuna entre los miembros de promAmazonía y el Nodo Facilitador.
- Evaluar la expansión de Centros de servicios de información y asistencia técnica personalizada a otras regiones amazónicas dentro del territorio peruano.
- Desarrollar nuevos servicios y herramientas especializadas que añadan mayor valor al sistema (servicios de publicidad).
- Incrementar el número de socios de promAmazonía en al menos 66% de los socios actuales.
- Incrementar el número de socios de instituciones internacionales.
- Contar con personal a tiempo completo en las tareas de coordinación y administración de sistemas.

5.5.2.3 Largo plazo (cinco años)

- Consolidar la imagen de la institución en el mercado internacional.
- Incrementar sostenidamente los ingresos por el cobro de servicios.
- Incrementar sostenidamente el número de visitantes y de registros en al menos 25% al año.
- Creación de nuevos Centros de promoción en otras regiones amazónicas (02 oficinas).

5.6 Estrategia Competitiva

La estrategia que guiará las acciones del Centro es la de “enfoque” o “segmentación de mercado”, el Centro ha seleccionado un segmento de mercado para cada plataforma y esta ajustando su estrategia a servir a estos nichos, esta estrategia se dirige a las preferencias y necesidades distintivas de los usuarios quienes se caracterizan por requerir servicios personalizados y por lo tanto están dispuestos a pagar un precio superior.

5.7 Ventaja competitiva

- Integra sus servicios con otros sistemas de información afines con los temas prioritarios de la red, que son instituciones (asociadas) vinculadas a los cuatro sistemas de información.
- Canaliza los servicios que brinda mediante dos medios, el virtual (sistema de información en web) y uno físico que brinda servicios personalizados.
- Cuenta con un mecanismo que permite visualizar el sitio web en el idioma inglés.

5.8 Ventaja comparativa

- Ser el primer centro integrador y gestor de capacidades tecnológicas en servicios de información y asistencia técnica sobre bionegocios, investigación científica, facilitación financiera y gestión ambiental de la amazonía peruana.
- Flexible y dinámico en la integración e innovación de nuevos servicios.
- Asociatividad flexible (socios colaboradores) con entidades vinculadas a los cuatro servicios que garantizan el soporte institucional del centro.

5.9 Alianzas estratégicas

La base funcional del Centro de Promoción de la Amazonía Peruana es la asociatividad. En la etapa inicial promAmazonía cuenta con el apoyo del Proyecto BIODAMAZ y el Instituto de Investigaciones de la Amazonía peruana, pero la operatividad futura requiere de un soporte institucional conformado por la asociación de numerosas entidades vinculadas con los cuatro sistemas de información. Las instituciones socias, además de sustento técnico, darán el aporte necesario al Centro hasta que éste asegure su autonomía y sostenibilidad.

Las alianzas estratégicas se concretizan en base a la firma de Cartas de entendimiento las mismas que expresan responsabilidades de ambas partes. El Centro cuenta actualmente con nueve (9) instituciones socias y con cuatro (4) sistemas de información quedando siempre abierta la participación de nuevos socios, pero sólo han ratificado (firma de convenio) su compromiso tres instituciones.

A continuación el detalle de las instituciones socias:

1	Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana – Nodo Facilitador
2	Municipalidad Provincial de Maynas – Convenio Firmado
3	Instituto Peruano de Productos Naturales – Convenio Firmado
4	Promoción de las Exportaciones – PROMPERU Iquitos – Convenio Firmado
5	Gobierno Regional de Loreto
6	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
7	Cámara de Comercio de Industria y Turismo de Loreto
8	Universidad Nacional de la Amazonía Peruana
9	Comisión Nacional del Medio Ambiente

Sistemas de Información asociados:

- SIAMAZONIA
- SIFORESTAL
- BIONEGOCIOS
- SITURISMO

Socios y Colaboradores Potenciales

Para la integración con otras redes de información y servicios asistenciales es indispensable establecer prioridades de acuerdo a las necesidades de los usuarios y evaluar con qué instituciones resulta más conveniente y hasta imprescindible su establecimiento.

A continuación, un listado de organizaciones que podrían respaldar a corto, mediano y largo plazo a promAmazonía.

5.9.1 Corto Plazo (1 año):

- Instituto de Recursos Naturales – INRENA
- IVITA
- FONDEBOSQUE
- COFIDE
- Asociación de Exportadores –ADEX
- Universidad de Turku

5.9.2 Mediano Plazo (4 años)

- Finnpartnership
- Consorcio de Organizaciones privadas de promoción al desarrollo de la Micro y pequeña empresa – COPEME
- INIEA
- Organizaciones no Gubernamentales ligadas a los servicios.

5.9.3 Largo Plazo (Quinto año en adelante)

- Asociación Peruana de Cooperación Internacional
- PROFONANPE
- INCAGRO
- Agencias Financieras Internacionales
- Instituciones de Investigación
- Universidades Extranjeras
- Otras instituciones afines

6. PLAN DE MARKETING

El mercado de servicios de información y asistencia técnica del Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica Peruana muestra perspectivas alentadoras de crecimiento (encuesta de mercado) por el paulatino interés de los usuarios de contar con herramientas canalizadoras de gestión que les ayude a llevar a cabo sus actividades. Con el objeto de atraer ese mercado, se ha establecido el siguiente plan de mercadotecnia.

6.1 Objetivos

6.1.1 Objetivos a corto plazo (primer año)³⁶

- Posicionar a promAmazonía como centro de información y asistencia técnica en la región Loreto, ciudad de Iquitos.
- Aumentar el número de visitas de la página web en más del 30% para cada plataforma al finalizar el año 2,008³⁷.
- Incrementar el número de socios de promAmazonía a 14 (55% anual) instituciones³⁸.
- Incrementar el número de consultas personalizadas en cada plataforma en un 14% anual.
- Consolidar a no menos de cinco (5) empresas de Loreto en el registro del programa Finnpartnership.
- Establecer 50 contactos personales de universidades del extranjero.
- Negociar dos (2) proyectos pilotos de investigación para ser desarrollados en Loreto.
- Asistir a tres (3) municipalidades de la región Loreto para cumplir los requisitos de certificación ambiental.
- Tener ingresos por cooperación técnica internacional equivalente al 3% del presupuesto operativo de promAmazonía.
- Incrementar ingresos de socios (no incluye nodo facilitador) un 3% del presupuesto operativo de promAmazonía.

6.1.2 Objetivos a mediano plazo (a partir del segundo año al cuarto año)

- Posicionar a promAmazonía a nivel nacional y a nivel de los países amazónicos.
- Alcanzar 31, 500 visitas a la página web al finalizar el año 2,011.
- Incrementar el número de socios de promAmazonía 30 instituciones y organizaciones.
- Incrementar en un 20% las consultas personalizadas para cada plataforma.
- Captar ingresos por prestación de servicios en un 5% del presupuesto operativo.
- Captar ingresos por publicidad en la Web en un 3% del presupuesto operativo.
- Incrementar ingresos por socios en un 5% del presupuesto operativo.
- Incrementar ingresos por cooperación internacional en 10%.

6.1.3 Objetivos a largo plazo (Quinto año en adelante)

- Posicionar a promAmazonía a nivel internacional.
- Alcanzar 40,950 visitas anuales al finalizar el año 2,012.
- Incrementar el número de socios de promAmazonía a nivel internacional en un 10%.
- Incrementar el número de consultas personalizadas en un 25% para cada plataforma.
- Incrementar ingresos por cooperación técnica internacional equivalente al 15% del presupuesto operativo de promAmazonía.

³⁶ Referencia del Marco Lógico promAmazonía 2007

³⁷ Porcentaje de Visitas nuevas 25.85% de Resultados de Google Analytics

³⁸ Referencia del Incremento de Nodos de SIAMAZONÍA

- Incrementar ingresos por prestación de servicios equivalente al 50% del presupuesto operativo de promAmazonía.

6.2 Estrategias de Marketing

Las estrategias que se aplicarán permitirán ofrecer el marco de acción sobre el cual dirigir los esfuerzos de mercadotecnia para desarrollar la mezcla de marketing.

6.2.1 Estrategia de segmentación

La naturaleza de los servicios que brinda promAmazonía nos permite distinguir a usuarios diferentes para cada plataforma. La segmentación está orientada a un solo mercado ó segmentado. Sin embargo, dado que los servicios podrían tener acogida en usuarios que no cumplen exactamente con las características del mercado meta primario, también se tomará en cuenta un mercado meta secundario o marginal.

6.2.1.1 Servicios de Investigación Científica

El mercado meta primario esta constituido por investigadores extranjeros con estudios de post grado, que tienen necesidades logísticas de campo y asesoramiento en permisos, se trata de investigadores solventes económicamente y exigentes en calidad del servicio. Las expediciones de los investigadores son viajes organizados y programados (con presupuesto establecido) con meses de anticipación, es por ello que el investigador recurre a colaboradores o amigos para realizar las actividades logísticas.

El mercado meta secundario se encuentra conformado por estudiantes universitarios nacionales e internacionales cuyas motivaciones no están relacionadas a los servicios logísticos pero tienen necesidad de información especializada y compilada, y otras necesidades que pueden ser servicios potenciales con disponibilidad de pago.

6.2.1.2 Servicios de Biocomercio y Facilitación de Información Financiera

El mercado meta primario lo conforman pequeñas y medianas empresas ubicadas en la región Loreto, las mismas que están interesadas por el contacto con compradores en el extranjero y búsqueda de financiamiento, la disponibilidad de pago está relacionada con la calidad y eficiencia del servicio, el usuario es una persona cuya edad oscila entre los entre los 36 y 50 años, con grado de instrucción universitaria. El mercado meta marginal lo conforman micros y pequeñas empresas.

6.2.1.3 Servicios de Gestión Ambiental

El mercado meta previsto en el marco conceptual son los tomadores de decisiones públicas, sin embargo, el estudio de mercado ha optado por segmentar estos servicios a Organizaciones no Gubernamentales (ONGs) con responsabilidad en materia de gestión ambiental, por tener una mayor preocupación y actividad dinámica en estos temas. El mercado meta marginal son agentes de decisiones públicas.

6.2.2 Estrategia de posicionamiento³⁹

La estrategia se relacionará, principalmente con atributos tales como la integralidad, veracidad, confianza, calidez, funcionalidad y protector de la biodiversidad amazónica. Hay

³⁹ Plan de Comunicaciones PromAmazonia 2007 – 2008, Guadalupe Eto, Loreto, Enero de 2007

que plantear las estrategias de comunicación para que el promAmazonía sea entendido por la comunidad como:

Mensaje Principal:

“El Centro de promoción más completo, veraz y actualizado sobre la Biodiversidad de la amazonía peruana”

Mensaje Secundario:

- Si para sus actividades importantes, necesita información confiable en el campo de la ciencia, las finanzas, los negocios y la gestión de la biodiversidad, promAmazonia es su puerto obligado.
- Para servirle, combinamos un eficiente sistema de información On line y la cálida orientación y facilitación personal para los trámites y contactos que necesite.
- Hoy nos ubicamos en la región Loreto, pronto estaremos en toda la amazonia peruana.

6.2.3 Estrategia competitiva

La postura competitiva se enfocará en establecer alianzas con ‘socios estratégicos’, dispuestos a participar de forma activa en su fortalecimiento y desarrollo continuo, asegurando la sostenibilidad de la información y de servicios.

6.2.4 Estrategia de crecimiento

El Centro de Promoción de la Amazonía Peruana deberá apoyarse en dos estrategias de crecimiento: penetración en el mercado y desarrollo del producto⁴⁰. La primera estrategia debe ser sustentada en la importancia y los beneficios que el sistema otorga a sus usuarios y socios. La segunda estrategia deberá incidir en el mejoramiento del sitio web y los servicios personalizados brindados por el personal, tomando como base los gustos y necesidades de los “usuarios estratégicos” del sistema y las experiencias de otros sistemas similares.

6.3 Mezcla de marketing⁴¹

6.3.1 Servicio

Los servicios que promAmazonía pone a disposición está segmentado en cuatro plataformas: Investigación científica, Biocomercio, Facilitación de Información financiera y Gestión Ambiental, las mismas que a través del acceso libre a sus usuarios estratégicos, facilitan la integración y canalización de información (formato digital) y de servicios ligados a los temas de las plataformas antes mencionadas. A continuación una breve descripción de los servicios:

6.3.1.1 Servicios Científicos:

El servicio consiste en brindar a investigadores extranjeros y nacionales la ayuda necesaria para llevar a cabo las actividades logísticas propias de una expedición científica, facilitándoles o sirviendo como soporte para la realización de trabajos científicos. Ello será posible a través un paquete de servicios que incluye: contactos con laboratorios, personal calificado y especializado, alquiler de equipos, aspectos logísticos (transporte, estadía y

⁴⁰ La estrategias de crecimiento son descritas por Igor Ansoff (1,976), citado, entre otros, por Andrés Valle en “Estrategias de Marketing: Cómo desarrollar estrategias de crecimiento.” Guayaquil, Ecuador. 2,006.

⁴¹ <http://www.gestiopolis.com>, Marketing de los Servicios de Información, María Julia Solanelles Rojas.

alimentos), trámites de permisos, entre otros servicios. El contacto se realizará en forma directa con el asistente, quien contara con conocimientos especializados y calificado dominio del idioma inglés.

Así mismo, los servicios científicos ofrecen: Directorios de investigadores, proyectos ó líneas de investigación, de entidades de apoyo científico y paquetes de información especializada.

6.3.1.2 Servicios de Biocomercio

Los servicios están diseñados para ser herramientas de gestión en materia de negocios, entre ellos se encuentran. Contacto con compradores a nivel nacional e internacional de productos amazónicos (seguimiento del proceso de compra) para las empresas ubicadas en la región Loreto y paquetes de información específica. El contacto se realizara directamente con el asistente, el mismo que se contactara con la red de información disponible en el sistema. La plataforma cuenta con otros servicios asistenciales.

6.3.1.3 Servicios de Facilitación Información Financiera

Este servicio está diseñado para la concreción de muchas iniciativas de negocios, proyectos de investigación y de conservación, por lo tanto el servicio es un soporte de apoyo para la búsqueda y gestión de fondos en la amazonía peruana. El servicio completo incluye el asesoramiento en la redacción del proyecto de acuerdo al formato de la institución a la que se solicita el financiamiento concluyendo con la gestión de fondo aprobada.

6.3.1.4 Servicios de Gestión Ambiental

El servicio es principalmente virtual y consiste en un pequeño sitio web o “toolkit”, con vínculos a información relevante en materia de gestión ambiental. Los servicios son Orientación para certificación ambiental a gobiernos locales, sistemas de monitoreo ambiental e información cartográfica.

6.3.2 Precio

Los precios descritos en los siguientes cuadros se enmarcan dentro de una política de sostenibilidad proyectada para el cuarto año de funcionamiento del sistema. El objetivo de la fijación de precios se encuentra orientado a alcanzar el umbral de rentabilidad. Asimismo, el método empleado se enfoca desde la demanda⁴²; es decir, se ha determinado un precio con el cual deliberadamente, se pretende llegar a un segmento específico. Así, los precios contemplados para los servicios están calculados en base a experiencia del usuario con servicios iguales o similares:

⁴² Encuesta de mercado – Disponibilidad de Pago.

Promedio en Nuevos soles y Dólares Americanos – Investigación Científica (incluye los servicios de Facilitación Financiera en Investigación)

Servicios	Promedio en S/.	Promedio en \$	Promedio en €
Apoyo en Trámites	S/. 101	\$32	€ 24
Apoyo logísticos	S/. 76	\$24	€ 18
Financiamiento de proyectos	S/. 114	\$36	€ 27
Paquetes de información	S/. 101	\$32	€ 24
Otros servicios	S/. 19	\$6	€ 5
Tipo de Cambio		S/. 3.17	S/. 4.19

Promedio en Nuevos soles y dólares – Biocomercio (Incluye los servicios de Facilitación Financiera en negocios)

Servicios	Promedio en S/.	Promedio en \$	Promedio en €
Apoyo en permisos de exportación	S/. 174	\$55	€ 42
Búsqueda de compradores	S/. 159	\$50	€ 38
Búsqueda de financiamiento	S/. 193	\$61	€ 46
Paquetes de información	S/. 89	\$28	€ 21
Otros servicios	S/. 159	\$50	€ 38
Tipo de Cambio		S/. 3.17	S/. 4.19

6.3.3 Plaza o canal de distribución⁴³

Actualmente se puede acceder libremente a todos los servicios proporcionados por promAmazonía a través de su sitio web principal. La disposición de los servicios en el corto plazo se realizara en forma directa (a través del contacto con los usuarios vía correo electrónico, telefonía fija y con el asistente); y el canal indirecto serán los socios actuales, actuarán como intermediarios a nivel local y nacional.

6.3.3.1 Selección de Intermediarios⁴⁴

El canal para promocionar los servicios serán las embajadas peruanas, las mismas que deben ser seleccionadas de acuerdo al nivel de integración actual con promAmazonia. Otros intermediarios serán socios ligados a las plataformas en el extranjero y otras páginas webs ligadas a los servicios.

Embajadas a fortalecer como Intermediarios a largo plazo:

- Israel
- Colombia
- Estados Unidos de Norteamérica – EE.UU
- España
- Tailandia
- Corea
- Canadá
- Egipto
- Argelia
- Holanda
- República Checa
- Finlandia
- Bélgica
- Nueva Zelanda
- Singapore
- Bolivia
- Inglaterra
- Guatemala y
- Rusia

⁴³ Estrategia de Marketing, Mtra. Elisa Fernández

⁴⁴ En función al resultado al Análisis de Operaciones del Sistema – Consulta a Asistente Helpdesk (Contactos actuales con Embajadas)

6.3.4 Promoción Institucional

promAmazonía no ha desarrollado una campaña de comunicación que oriente sus esfuerzos promocionales a su público objetivo estratégico, por lo tanto se propone desarrollar una estrategia de promoción institucional basada en el esfuerzo conjunto con sus instituciones socias, así de esta forma reducir algunos costos.

Actualmente sus actividades de promoción se realiza por medio de folletería, trípticos, un panel luminoso ubicado en el aeropuerto y anuncios periodísticos de poco alcance, por ello es necesario realizar publicidad informativa para posicionar adecuadamente la imagen de promAmazonía, con el fin de incrementar la demanda selectiva. Es importante recalcar la importancia de rediseñar el sitio web con el objetivo de generar un mayor impacto en la imagen y la importancia funcional del sistema.

6.3.4.1 Etapa de Relanzamiento de promAmazonía⁴⁵

El relanzamiento de promAmazonía debe realizarse en el marco de la nueva institucionalidad del sistema como parte integrante del socio facilitador (Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana – IIAP), cabe indicar que el sistema general necesita retroalimentarse por el periodo de un año antes de iniciar esta etapa, dicha actividad deberá ejecutarse a partir del tercer trimestre del año 2008, entre los meses de Agosto y Noviembre contemplados dentro del Plan de actividades y el Calendario de producción de materiales comunicativos y difusión de medios masivos de promAmazonía⁴⁶.

A continuación se presentan las herramientas que se planean utilizar para las actividades de comunicación a nivel regional, nacional e internacional de promAmazonía:

- **Radio y televisión** A nivel regional es posible aprovechar espacios en los programas producidos o patrocinados por el IIAP, los socios del sistema e instituciones académicas (previo acuerdo). En el departamento de Loreto, algunos de estos programas son “Saber Amazónico” del IIAP, “Conocimiento UNAP” de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

A nivel nacional, una alternativa es TVPerú y RPP que ofrecen una gran variedad de espacios culturales y agrarios.

- **Prensa escrita y medios gráficos**, redacción y publicación de artículos con información sobre oportunidades de negocios, investigación, información relevante y gestión ambiental de la Amazonía Peruana en los diarios de mayor circulación y seriedad de los principales departamentos amazónicos. La frecuencia de estos artículos depende de la dinámica del centro.
- **Exposiciones, conferencias, ferias y otros eventos realizados por socios** relacionados a los servicios segmentados de promAmazonía, éstos eventos permitirán llegar directamente a los ‘usuarios estratégicos’.
- **Diseño y desarrollo de Talleres y cursos relacionados con los servicios de las plataformas** son herramientas útiles y personalizadas para dar a conocer nuestras actividades y concientizar la importancia del sistema. Así mismo permite

⁴⁵ Anexo N° 12 – Diagrama de GANTT de las actividades de Marketing

⁴⁶ Plan de Comunicaciones de promAmazonía 2007 – 2008, Guadalupe Eto.

desarrollar los vínculos interinstitucionales con los socios, al participar en forma conjunta en estos talleres y cursos.

Otras herramientas secundarias de bajo costo que pueden ser utilizados para reforzar la imagen institucional y estimular la demanda primaria y secundaria del promAmazonía son:

- **Papel membretado institucional** con el logotipo, colores, y los datos referenciales de promAmazonía. Será utilizado para las cartas, documentos y comunicaciones dentro y fuera del centro.
- **Dípticos y/o trípticos informativos y/o folletería bilingüe**, serán distribuidos entre los socios con mayor recurrencia de usuarios estratégicos y dentro de la oficina de operación del centro.
- **Stickers autoadhesivos**, promocionando la página web y los beneficios de promAmazonía. Serán distribuidos en las cabinas de Internet o centros de operación de los socios del sistema, instituciones académicas, de investigación, gobiernos regionales y locales de las principales ciudades amazónicas.
- **A través de Banners publicitarios en locaciones de socios actuales y potenciales**, es una forma directa de relacionar la información y servicios que brindan los socios con las herramientas de promAmazonía.

6.3.4.2 Medición del impacto de la comunicación institucional

A corto plazo y mediano plazo el impacto de las actividades de comunicación se reflejará en el incremento de las visitas mensuales y anuales al sitio web. El impacto de la comunicación en el usuario podrá ser medido a través de encuestas a los usuarios, para ello, entre otras, será necesario preguntar al usuario el medio por el que se enteró de la existencia del centro. De esta forma se buscará conocer el medio más efectivo para promocionar el sistema, su posicionamiento en la mente del usuario, la satisfacción que otorga a sus necesidades de información, así como identificar puntos débiles y corregirlos (retroalimentación o feedback). Estas encuestas deberán realizarse vía la web del sistema, de manera opcional, y/o de forma física los usuarios.

6.3.5 Presupuesto de marketing

Para realizar la difusión de promAmazonía, el presupuesto de publicidad se ha calculado en base a los costos de los elementos de difusión a utilizar. Este monto será ajustado de acuerdo a las necesidades del desarrollo de promAmazonía.

En el año 2,008 el presupuesto estará dirigido al relanzamiento del sistema se propone concentrar esfuerzos de difusión particularmente en los meses de lanzamiento, para el siguiente año se incrementará el presupuesto de marketing, incremento que se destinará fundamentalmente a fortalecer la difusión del sistema. A continuación el presupuesto de marketing para los cinco (5) primeros años:

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

Actividades	Costo Total S/.					Total
	2008	2009	2010	2011	2012	
Impresión de banners pequeños	600	600	600	600	600	3000
Impresión de Dípticos	2000	2000	2000	2000	2000	10000
Stickers autoadhesivos	900	900	900	900	900	4500
Papel Membretado	50	50	50	50	50	250
Publicidad Televisiva	2.000	8000	8000	12000	12000	42.000
Publicidad Radial	2.000	2000	2000	2000	2000	10.000
Publicidad en prensa escrita	1.200	1200	1200	2400	2400	8.400
Relanzamiento de promAmazonía	2.269					2.269
	11019	14750	14750	19950	19950	80.419

7. ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

Objetivos

Objetivo de Operaciones	Indicador	Objetivos %	
		Corto Plazo	Mediano y Largo Plazo
Calidad	Mantener % de Quejas e inconvenientes del usuario con el servicio y la atención brindada	3%	1%
	% Cumplimientos de actividades programadas	90%	95%
	% de usuarios satisfechos	90%	95%
	Alcanzar % de estándares de calidad establecidos	90%	95%
Flexibilidad	Cumplimiento % de Requerimientos de servicios personalizados	80%	90%
	Cumplimiento % de Requerimientos de servicios Vía Mail	80%	90%
Entrega	Cumplimiento de los estándares del tiempo de entrega del servicio	80%	90%
Costos	Reducción del % de Costos en Investigación	33%	30%

Estrategias de operaciones

- Establecer estándares de calidad en los aspectos de tiempo (tiempo límite para responder peticiones de usuarios) y flexibilidad en la prestación de servicios.
- Implantar un sistema de retroalimentación y actualización constante de servicios con los socios de forma electrónica y presencial.
- Implantar un sistema de retroalimentación constante con los usuarios estratégicos, evaluando su satisfacción a través de encuestas en línea y físicas.

Políticas

Calidad

- Las medidas correctivas y las mejoras se implementarán, luego de analizar la información brindada por el sistema de retroalimentación.
- El personal será capacitado en forma periódica como parte del proceso de retroalimentación del sistema.
- Supervisión y control de procesos, desde la obtención de la información hasta la prestación final del servicio.
- Controles de calidad en la información proporcionada por socios, y de los servicios brindados a los usuarios (categorización, selección y organización de información).

Retroalimentación de Operación – Socios

En las reuniones del Comité Directivo se discutirán los avances del sistema, así como los sucesos positivos y negativos, ocurridos durante el año. De acuerdo a ello, se expondrán y evaluarán las necesidades y sugerencias de los socios y del Centro en su conjunto para el mejoramiento del sistema y los posibles candidatos para formar parte de promAmazonia.

Se evaluará a través de una encuesta realizada una vez al año por el Nodo Facilitador, vía correo electrónico a los representantes de las instituciones socias bajo la misma

finalidad mencionada anteriormente, la que será remitida al asistente quien se encargará del procesamiento y análisis de la información.

Retroalimentación de Operación - Usuarios Estratégicos

La descarga, visualización de información y consultas proporcionadas por el sistema será posible luego que el usuario se registre rápida y gratuitamente. Para alcanzar un mayor conocimiento del usuario, en el momento del registro se requerirán ciertos datos como su nombre, ocupación, país de procedencia, correo electrónico y, obligatoriamente, el motivo de su visita que permitirá conocer los intereses y necesidades particulares de información y de servicios.

A finales del tercer trimestre del año, se pondrá a disposición de los usuarios una encuesta electrónica en el sitio web y un buzón de sugerencias en la oficina de promAmazonía en la que podrán expresar su nivel de satisfacción con la información y los servicios informáticos proporcionados, sus intereses, necesidades insatisfechas y alternativas para el mejoramiento del sitio y de la información disponible.

Tiempo de espera de respuesta al usuario

Las peticiones, consultas o sugerencias de los usuarios que lleguen vía el correo electrónico o atención directa con asistente serán atendidas en un tiempo no mayor de siete (07) días hábiles contados desde el día en que fue enviado el mensaje.

Se deberá establecer para las consultas vía mail una respuesta automática bilingüe (castellano e inglés) que confirme la recepción del mensaje del usuario, el tiempo de espera máximo de la respuesta, así como invitarlo a registrarse en la base de datos de promAmazonía.

Estado de Desarrollo Actual

promAmazonía brinda servicios por dos medios: uno virtual, mediante el uso de Internet (sistema de información web) y uno físico, mediante una oficina o “helpdesk” que brinda servicios personalizados a los usuarios. Esta oficina se encuentra ubicada inicialmente en Iquitos, teniéndose previsto que luego se instalarán más en las principales ciudades amazónicas. La información en web está sistematizada y categorizada de acuerdo a temas predefinidos. La oficina ayuda al público con consultas y búsquedas personalizadas de información en web site del sistema, y brinda servicios a clientes nacionales e internacionales.

Para mejorar la experiencia del usuario, es recomendable otorgar al sitio web una apariencia más organizada, esquematizada y actualizada de la información buscando un equilibrio ideal entre el aspecto visual y la funcionalidad del sistema.

La responsabilidad institucional y económica de promAmazonía desde el mes de Junio de 2007 estará a cargo del Instituto de Investigaciones de la Amazonía peruana (IIAP – Nodo Facilitador), salvaguardando su sostenibilidad hasta que el centro pueda posicionarse como institución dentro de sus cinco (5) primeros años de funcionamiento.

Localización

La oficina de atención se encuentra localizada en el centro de la ciudad permitiendo el fácil acceso a usuarios extranjeros y visitantes nacionales. La dirección es calle Napo 226 al frente de la Plaza de Armas (Plaza central de la ciudad), la zona es comercial y

alrededor de ella se ubican tiendas comerciales, instituciones financieras y algunas entidades de servicios públicos como lo es IPERÚ.

Las instalaciones pertenecen a la Municipalidad Provincial de Maynas que mediante convenio se estableció el uso de las locaciones que pertenecía a la Biblioteca Municipal por un periodo de tres (3) años. En forma temporal (aproximadamente 1 año), se trasladarán a la segunda cuadra de la calle Loreto, la reubicación se da en el marco de remodelación y construcción del nuevo local municipal.

Instalaciones

El Centro cuenta actualmente con 1 (un) asistente helpdesk. La oficina de atención opera con 2 (dos) computadoras para el acceso del usuario a internet, 1 (una) impresora y un (1) proyector multimedia. El tamaño del local es apropiado para el flujo de visitantes, cuenta con aire acondicionado, está amoblado y decorado correctamente. La oficina (counter) del asistente se encuentra ubicado en la parte central del local permitiendo que el visitante lo identifique inmediatamente. El lado izquierdo del local es propicio para la realización de exhibiciones fotográficas y artísticas y de productos del biocomercio.

Se ha reducido el espacio de operación de promAmazonía con el traslado a las nuevas instalaciones, asimismo la nueva gestión edil tiene planes de acondicionar la actual oficina con el centro de cómputo municipal cuando finalice la construcción, desconociéndose las responsabilidades del convenio firmado. Se propone realizar un plan de contingencias para esta situación.

Diseño del Servicio (Descripción objetiva de los servicios)⁴⁷

Las siguientes actividades a señalar son los paquetes de productos específicos, diseñado para cada servicio de la plataforma de acuerdo a las características y requerimientos de sus usuarios.

Servicios de Investigación Científica

Servicios informativos y personalizados dirigidos principalmente a científicos para facilitar la realización de trabajos de investigación en la Amazonía peruana, aumentando así la producción científica en temas priorizados regionalmente. Así mismo, es un medio de promoción del turismo científico.

Los servicios que proporciona actualmente son:

- Apoyo en trámites y obtención de permisos
- Apoyo logístico de campo (viajes, hospedaje, personal de campo y guías, transporte, equipos, salud, vacunas, etc.)
- Información sobre Infraestructura de Investigación. (zoocriaderos, jardines botánicos, universidades, laboratorios, colecciones biológicas, institutos, bancos de germoplasma.etc)
- Información sobre uso y manejo de la Biodiversidad
- Contacto con consultorías y estudios socioeconómicos de la población amazónica
- Información sobre cultura local (mitos, costumbres, glosario regional, etc.)
- Directorio de investigadores
- Directorio de proyectos o líneas de investigación
- Información sobre legislación vigente en materia de investigación científica.

⁴⁷ Anexo N° 13 – Cuadro Resumen Esquemático de los Servicios de promAmazonía

Servicios de Biocomercio

Conjunto innovador de servicios informáticos y personalizados, cuyo propósito es promover las inversiones y el intercambio en cadenas productivas regionales basadas en recursos de la biodiversidad amazónica, con ajuste a los principios de la conservación y el uso sostenible de dichos recursos, así como la equidad en la distribución de beneficios en todas las etapas y niveles de esas cadenas.

Los servicios que proporciona actualmente son:

- Información sobre cadenas productivas, herramientas para el biocomercio, vistas o paquetes de información sobre temas específicos relacionados a los bionegocios para los diferentes tipos de usuarios, publicaciones, oportunidades comerciales, oportunidades de capacitación y un directorio de contactos.
- Anuncios a los usuarios suscritos, a través del correo electrónico, con oportunidades comerciales, oportunidades de capacitación, publicaciones, conferencias, noticias, eventos y temas de actualidad.
- Búsqueda en los diferentes repositorios de información.
- Contactos entre actores del Sistema de información a través del directorio de contactos.
- Apoyo y asistencia (información) en la obtención de permisos para la exportación, apertura de empresas y certificados de calidad.
- Apoyo en la búsqueda de compradores en el extranjero.

Servicios de Facilitación Financiera

Son servicios informativos orientados a facilitar la búsqueda de financiamiento para proyectos de conservación y de negocios con recursos de la diversidad biológica, así como orientación o asesoramiento para la gestión de dichos fondos.

Los servicios que ofrece actualmente son:

- Información sobre becas y fuentes de financiamiento para investigación
- Apoyo en la obtención de becas y financiamiento para investigación.
- Búsqueda de financiamiento para proyectos relacionados a los bionegocios.
- Asesoramiento en la elaboración y redacción de proyectos que requieren financiamiento.
- Base de datos de fuentes de financiamiento
- Información General sobre el sistema financiero
- Directorio de donantes bilaterales
- Directorio de donantes multilaterales
- Directorio de consultores
- Directorio de posibles socios de proyectos
- Mecanismos de financiación mundial
- Orientación para tramitación de solicitudes
- Contactos

Servicios de Gestión Ambiental

Soporte con la información científica y tecnológica más actual, relevante y adecuada para los Organismos no gubernamentales, tomadores de decisiones y las instancias encargadas de elaborar las políticas públicas

Los servicios que proporciona actualmente son:

- Textos y resúmenes que coadyuven a elaboración de políticas públicas
- Mitos sobre ambiente Amazónico (vulgarización de verdades)
- Diagnósticos ambientales
- Planes de acción y agendas ambientales
- Estrategias Regionales de Diversidad Biológica y otros instrumentos similares
- Experiencias exitosas
- Acuerdos en el contexto andino amazónico
- Normatividad de gestión ambiental
- Orientación para certificación ambiental de gobiernos locales
- Orientación para sistemas de monitoreo ambiental (inclusive límites permisibles de contaminación)
- Elementos para campañas de sensibilización ambiental
- Información sobre EIAs/PAMAs
- ZEE y ordenamiento territorial
- Información Cartográficos (Mapas)

Diseño de Procesos

Actividades Preoperativas⁴⁸

Estas actividades son las que se realizan antes de que empiece el proceso del generación del servicio. A continuación se detallan las actividades Preoperativas:

- Diseño de servicios (consultorías)
- Contratación de asistente helpdesk
- Preparación de programas de entrenamiento (por servicio)
- Diseño de procesos de atención a clientes (incluye formatos, registros, cuestionarios, etc.)
- Entrenamiento de asistente
- Ubicación y contrato de alquiler
- Diseño de oficina
- Equipamiento de oficina
- Definición de nombre y logo
- Elaboración material de difusión (folleto, posters)
- Elaboración de exposiciones
- Preparación de programa de inauguración
- Inauguración de oficina y servicios

⁴⁸ Anexo N° 14 – Cuadro de Actividades Preoperativas de promAmazonía

Identificación de Procesos⁴⁹

Para la prestación oportuna y eficiente de los servicios se han identificado una lista de procesos y subprocesos que a continuación se describen:

P.1. Proceso de Recepción de Información

S.P.1.1 Sub Proceso de Coordinación con proveedores de información

S.P.1.2 Sub Proceso de Acopio de Información (utilización de medios físicos e informáticos).

P.2. Proceso de Categorización y Clasificación de Información

S.P.2.1 Sub Proceso de Almacenamiento en Base de Datos

S.P.2.2 Sub Proceso de Selección y Ordenamiento Final de Contenidos

P.3 Proceso de Control de Calidad

P.4 Proceso de Mantenimiento, Actualización y Retroalimentación

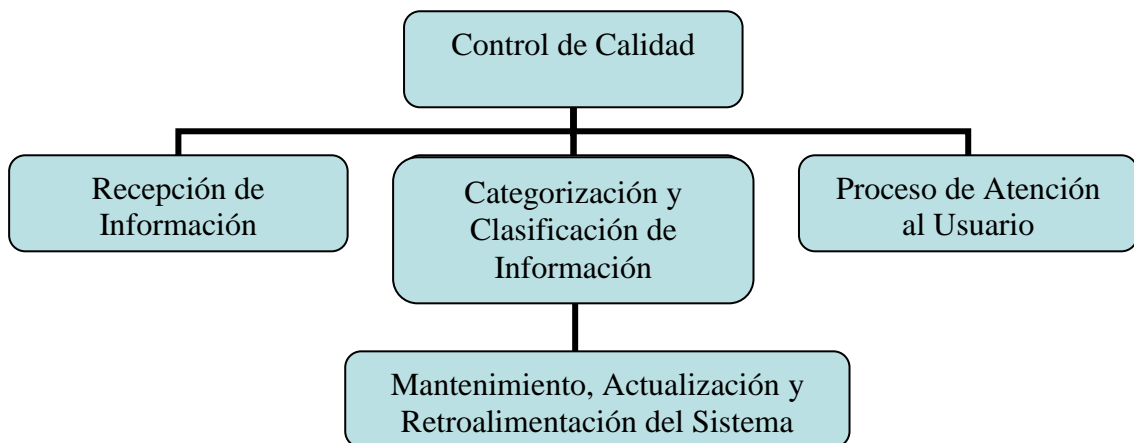
P.5 Proceso de Atención al Usuarios

S.P.5.1 Búsqueda de Información dentro del sistema (afirmación y negación de solicitud, tiempo límite de espera siete (7) días calendarios).

S.P.5.2 Hallazgo y Recopilación de Información

S.P.5.3 Entrega Final del Informe y/o servicios personalizados (culminación del servicio).

Mapa de Procesos Generales



⁴⁹ Anexo N° 15 – Esquema General del Centro de Promoción de la Amazonía Peruana

8. ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

8.1 Datos de la Organización

8.1.1 Denominación social de promAmazonía

“Centro de Promoción de la Amazonía Peruana - promAmazonía”

8.1.2 Objeto social

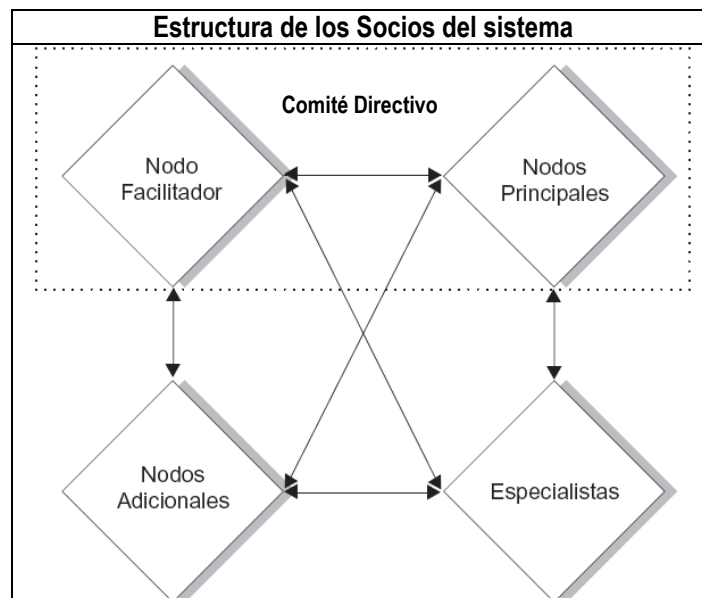
Es proporcionar servicios informativos y asistencia técnica en temas prioritarios que contribuyan a fortalecer las capacidades de gestión descentralizada en la Región Loreto y en la amazonía peruana.

8.1.3 Capital social

promAmazonía es una iniciativa del proyecto BIODAMAZ, que es financiado por el gobierno de Finlandia y que tiene como ejecutores a Biota BD (Ong finlandesa), la Universidad de Turku y el gobierno del Perú (contraparte ejecutora nacional es el Instituto de Investigación de la Amazonía peruana - IIAP), el proyecto BIODAMAZ cerrará sus actividades el 2007.

8.2 Constitución de la Organización

El centro se constituirá sobre la base de una asociatividad de instituciones (consorcio o joint venture), que tendrá como entidad facilitadora al Instituto de Investigaciones de la Amazonía peruana (IIAP), quien asumirá la función de realizar los contactos, firmar convenios y darle sostenibilidad y soporte económico a corto, mediano y largo plazo. A continuación un breve detalle de la sinergia entre socios⁵⁰:



⁵⁰ Estructura Adaptada a la Organización de promAmazonía – Fuente: BIODAMAZ. Documento técnico N°2: Sistema de Información de la Amazonía Peruana, 2001.

8.3 Estructura organizacional⁵¹

La Estructura Orgánica de promAmazonía es la siguiente:

- Órgano Consultivo: Consejo Directivo ó de Administración
- Órgano de Dirección: Coordinador
- Órgano de Servicio al Cliente: Asistentes ó Helpdesk

8.4 Órgano Consultivo: Consejo Directivo ó de Administración⁵²

Es el cuerpo decisivo principal del Centro y es responsable de la funcionalidad, calidad y permanencia del sistema. El Comité Directivo debe estar conformado por el representante del Socio facilitador y de los Socios Principales. El número de participantes en el Comité Directivo no debe pasar de diez, más el representante del Socio facilitador.

Los miembros del Comité Directivo serán designados por un período de dos años por vez, aplicando una votación donde cada socio principal tiene derecho a un voto. Las funciones aprobadas para el Comité Directivo son:

Además, el Comité Directivo está encargado de las siguientes actividades:

- 1) Orientar estratégicamente el desarrollo de promAmazonía.
- 2) Identificar las necesidades de servicios de información y asistenciales; y aprobar la calidad de las mejoras relevantes y de las nuevas versiones del sistema.
- 3) Establecer y promover relaciones y medios de cooperación entre las entidades de la red y miembros potenciales, así como con iniciativas y sistemas similares.
- 4) Fortalecer los mecanismos de participación y concertación.
- 5) Tomar decisiones acerca de la accesibilidad, pertinencia y aplicación de la información que difunde el centro.
- 6) Definir y aprobar la normatividad y código de ética relacionado al sistema y al Comité Directivo.
- 7) Promover políticas de desarrollo y gestión de información entre los socios miembros.
- 8) Proponer e implementar medidas y acciones para la sostenibilidad operativa y económica del sistema.
- 9) Proponer proyectos para financiamiento en temas específicos como capacitación, desarrollo e integración de servicios, investigación de tecnologías, entre otros.
- 10) Designar a representantes del Comité Directivo.
- 11) Aprobar y ejecutar las normas y procedimientos del funcionamiento del sistema.

⁵¹ Reglamento de Organización y Funciones del Centro de Promoción de la Amazonía Peruana.

⁵² Fuente: BIODAMAZ. Documento técnico N°2: Sistema de Información de la Amazonía Peruana, 2,001.

- **Reuniones.** El Comité Directivo se reunirá en forma presencial una vez al año, pudiendo haber otras reuniones virtuales que se convoquen. Las reuniones las convoca y son coordinadas por el Socio facilitador.
- **Comunicaciones.** Debido a la característica descentralizada de los representantes del sistema, se cursarán comunicaciones principalmente por medios electrónicos para coordinar, aprobar, asistir o seguir diversas actividades relacionadas a las responsabilidades del Comité Directivo.
- **Grupos de Trabajo.** Se conformarán Comités Técnicos o grupos de trabajo ad hoc, que trabajarán en conjunto de acuerdo a la naturaleza de cada tema o necesidad de información ó servicios. El socio facilitador puede proponer estos grupos en función a las necesidades del centro y cada socio presentará a los técnicos idóneos para el trabajo.

8.5 Órgano de Dirección: Socio Facilitador

Es la entidad que promueve, facilita y mantiene el sistema, encargándose de las labores administrativas y secretariales del centro y del sitio web del sistema. El Socio Facilitador de promAmazonía es el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP).

Las funciones del socio facilitador son:

- 1) Coordinar la participación de los socios y promover la integración de nuevas entidades como miembros del Centro.
- 2) Albergar, administrar y mantener operativo el sistema web y el personalizado. Actualizar el contenido y servicios del mismo.
- 3) Coordinar con el Comité Directivo el desarrollo y adopción de tecnologías y de procesos modernos para el correcto funcionamiento de la red y para la gestión, intercambio y difusión de información en forma eficaz y eficiente.
- 4) Facilitar la capacidad de integración de información y su gestión en forma descentralizada y especializada por los socios y entidades o sistemas afines.
- 5) Proponer al Comité Directivo las normas y procedimientos de funcionamiento del Sistema.
- 6) Establecer vínculos e integrarse con redes regionales, nacionales e internacionales ligados a los cuatro servicios prioritarios del sistema, previamente aprobadas por el comité directivo.
- 7) Participar como secretario en el Comité Directivo.

El Socio facilitador no puede asegurar la calidad de la información proporcionada por los socios ni la valida, sino que facilita el acceso. El proceso de validación dependerá de cada socio.

8.5.1 Socios Principales

Todos los Socios Principales de promAmazonía firmarán convenios multilaterales con el Socio facilitador para su nominación como miembros del Centro.

Como principales normativas se pueden considerar:

- Aceptación de la reglamentación del Sistema.
- Estandarización de algunos campos de información.
- Los socios deben asegurar la calidad de la información y los servicios prestados por sus recursos humanos.

Cada Socio Principal será responsable de establecer y mantener las bases de datos sobre su campo. Los manejadores de información de diferentes socios tendrán que trabajar conjuntamente para asegurar la accesibilidad y compatibilidad de los datos.

Las bases de datos computarizadas manejadas por los socios principales tienen que ser compatibles entre sí, dinámicas, fáciles de usar, respaldadas con copias de seguridad y versátiles, de tal manera que sean transportables de un sistema operativo a otro sin mayores complicaciones.

Con respecto a la admisibilidad de los datos, se puede considerar los siguientes aspectos:

- Calidad y rigurosidad académica del personal involucrado en la generación de datos.
- Calidad de la información o nivel de certidumbre de la información.
- Admisibilidad de acuerdo con la prioridad de información designada por el sistema.

Los Socios Principales deben generar un presupuesto para cubrir los costos de su participación en el sistema y asegurar su sostenibilidad.

8.5.2 Socios Adicionales ó Colaboradores

Los socios adicionales pueden incluir una amplia categoría de instituciones y organizaciones con un conocimiento considerable sobre las cuatro plataformas, así como otras organizaciones que tienen un gran interés de afiliarse al sistema, pero que no satisfacen los requisitos de socios principales.

8.5.3 Comités técnico o grupos de trabajo ad hoc

Los comités o grupos ad hoc serán creados de acuerdo a la naturaleza de cada tema o necesidad y trabajarán en conjunto para el desarrollo de la Red⁵³.

8.6 Órgano de Atención al Cliente

Es el órgano encargado de la atención personalizada a los usuarios del Centro en sus requerimientos de información sobre alguno de los cuatro conjuntos de servicios brindados, realizando paralelamente la actualización y mantenimiento de la información y los servicios ofertados por el Centro, de acuerdo a lo que establece su diseño.

⁵³ Fuente Adaptada: BIODAMAZ. 2,001. Documento técnico N°2: Sistema de Información de la Amazonía Peruana. Primera edición.

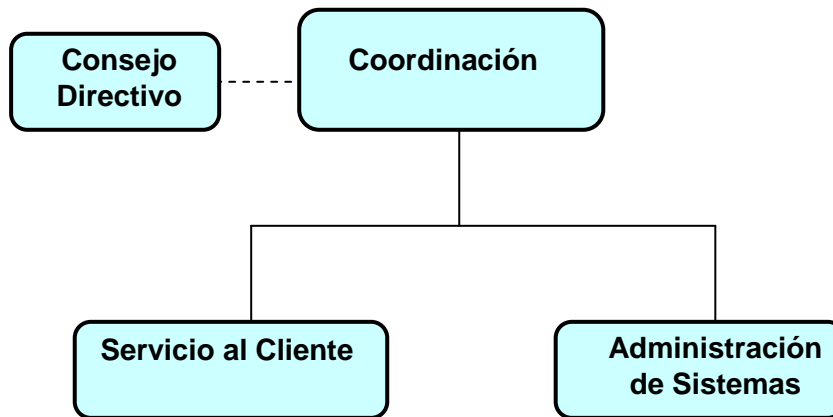
Asimismo, está encargado de realizar acciones de relaciones públicas relacionadas a las actividades del Centro, trabajando en forma conjunta con los socios permitiendo la interrelación activa del Centro hacia sus colaboradores afines y la sociedad.

8.7 Órgano de Administración de Sistemas

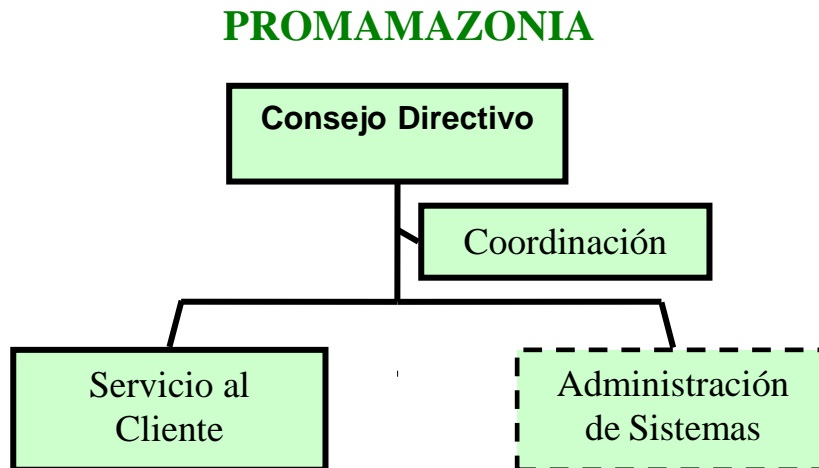
Es un órgano temporal, creado a la necesidad de mantenimiento y desarrollo del sistema, el mismo que estará a cargo de implementar los procesos que requieren de automatización y sistematizar los requerimientos funcionales de los servicios propuestos.

8.8 Organigrama Estructural⁵⁴

Organigrama Actual



Organigrama Propuesto



⁵⁴ Manual de Organización y Funciones del Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica Peruana

9 RECURSOS HUMANOS

Se requiere personal para diseñar los servicios y desarrollar las herramientas de gestión de información, diseñar la campaña de publicidad y trabajar en la oficina del Centro de Promoción de la Diversidad Biológica de la Amazonía Peruana, mantener y actualizar el sistema, y planear. Es muy importante tener personal calificado y motivado para trabajar en la oficina en el futuro. Por eso, se requiere de contratos de periodos largos para dos personas, y con buen salario.

9.1 Objetivos

- Mantener un grupo humano proactivo, actualizado y calificado..
- Optimizar el desempeño del personal vinculado al funcionamiento de promAmazonía.
- Generar y mantener condiciones que permitan el desarrollo y satisfacción plena del personal.

9.2 Proceso de reclutamiento

El proceso de reclutamiento es mixto, externo e interno. En el caso de reclutamiento externo se comunica la existencia de plazas vacantes a través de anuncios en diarios de la ciudad de Iquitos y Lima y por medio de contacto con instituciones de investigación o académicas. El aviso deberá incluir los requerimientos de cada plaza a cubrir.

El reclutamiento interno será difundido entre los socios, a través de los boletines institucionales de cada institución, cartas y otros medios convenientes.

9.3 Proceso de selección

Los aspirantes reclutados serán evaluados por el Coordinador del sistema. La selección incluirá los siguientes procesos:

- Selección de currículos de los candidatos.
- Evaluación de conocimientos.
- Entrevista personal a cada aspirante.
- Verificación de datos y referencias de los seleccionados.
- Entrevista con el Coordinador del SIAMAZONÍA y con el supervisor o encargado inmediato del puesto solicitante de la vacante.
- Decisión de contratar por parte del nodo facilitador.

9.4 Experiencia del equipo directivo: Perfil del Puesto

A) Órgano Consultivo

El Consejo Directivo estará integrado por representantes de los socios.

B) Coordinador

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Jefe del Centro de Información de la Amazonía Peruana, son las siguientes:

- Profesional titulado y colegiado, en Ingeniería de Sistemas o profesión afín a las actividades del IIAP, con especialización en tecnología de información.
- Amplio conocimiento en la generación y administración de información técnica y científica.

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

- Dominio de software, maneja de diseño de bases de datos informáticas.
- Dominio de idiomas Inglés.
- Experiencia mínima de cuatro (04) años en el desempeño de puestos o funciones similares.

Nº de Plazas en el Puesto: Una (1)

Supervisa a: Asistente Helpdesk, Administrador de Sistemas.

C) Órgano del Servicio al Cliente

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Asistente Helpdesk, son las siguientes:

- Conocimientos básicos sobre la diversidad biológica amazónica (indispensable).
- Buen conocimiento del idioma inglés, hablado y escrito (indispensable)
- Conocimientos básicos sobre biocomercio, buen conocimiento del mundo científico regional, y conocimiento de elementos de gestión ambiental y de fuentes de financiamiento para la conservación (indispensable).
- Buen conocimiento de la realidad amazónica (deseable).
- Experiencia en administración y atención a clientes, o por lo menos actitud favorable para ello (deseable).
- Bachiller en alguna carrera vinculada a la diversidad biológica (requisito mínimo)
- Habilidad para trabajar en equipo (indispensable).

Nº de Plazas en el Puesto: Dos (2)

Reporta a: Coordinador

D) Administración de Sistemas

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Asistente Helpdesk, son las siguientes:

- Bachiller en Ingeniería de Sistemas.
- Conocimientos sobre mantenimiento de páginas Web. (Indispensable).
- Buen conocimiento del idioma inglés, hablado y escrito (indispensable).
- Habilidad para trabajar en equipo con los especialistas del proyecto y de la cooperación técnica internacional (indispensable).

Nº de Plazas en el Puesto: Una (1)

Reporta a: Coordinador

9.5 Descripción de funciones⁵⁵

A) Órgano Consultivo

- Aprobar políticas y planes de operación del Centro.
- Cumplir con las cláusulas del Convenio

B) Coordinador

- Planificar, dirigir, ejecutar, supervisar y controlar la gestión institucional del CPB en concordancia con los planes y programas, políticas, estrategias y presupuesto aprobados por el Consejo Directivo.
- Informar a los Órganos respectivos sobre la marcha operativa y administrativa del Centro.
- Aprobar políticas y planes de operación del Centro.
- Supervisar todas las actividades de los Órganos de Servicio al Cliente y Administración de Sistemas.
- Realizar las demás funciones y atribuciones inherentes a su cargo, que le confiere el CPB.

C) Órgano de Servicio al Cliente

Distribución de Roles Generales de Asistente Helpdesk

El Órgano de Servicio al Cliente está a cargo del Asistente Helpdesk quién tiene como misión la atención personalizada a los usuarios del Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica, en sus requerimientos de información sobre alguno de los cuatro servicios brindados, realizando paralelamente la actualización y mantenimiento de la información y los servicios ofertados por el Centro, de acuerdo a lo que establece el siguiente diseño, se ha distribuido sus roles (en orden prioritario) de la siguiente forma:

- 1) Atención al Usuario: consiste en la atención y prestación de servicios a los clientes nacionales y extranjeros con los servicios que brinda el Centro, esta atención será dentro del horario de oficina y/o en otros horarios previa cita, este proceso abarca alrededor del 80% del tiempo total de trabajo del especialista.
- 2) Trabajo conjunto con coordinadores de instituciones socias
- 3) Actualización y Mantenimiento del sistema: ejecuta trabajos periódicos de actualización de información.
- 4) Desarrollo, Retroalimentación, Diseño y ajuste del Sistema: Realiza trabajos esporádicos de desarrollo y retroalimentación de la información y los servicios pertinentes del CPB, de acuerdo a lo que establezca el diseño. Esta etapa esta considerada dentro del ciclo de vida de promAmazonía; y el tiempo estimado a este proceso es mayor por parte de los asistentes, distribuyéndose de acuerdo a los requerimientos de este proceso.

⁵⁵ Reglamento de Organización y Funciones de promAmazonía

Cc1 Asistente Helpdesk I

- Capacitarse en relación con los contenidos, servicios y operación del Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica – CPB.
- Brindar atención oportuna a los clientes nacionales y extranjeros a través de la plataforma de Biocomercio y Facilitación de Información Financiera.
- Realizar trabajos periódicos de mantenimiento y actualización del sistema.
- Realizar trabajos de desarrollo y retroalimentación de información y servicios cuando el sistema lo requiera (ciclo de vida del sistema).
- Informar sobre actividades realizadas y avances logrados.
- Apoyar en la campaña de publicidad del Centro.

Cc2 Asistente Helpdesk II

- Ejecutar acciones de trabajo en forma conjunta con socios y colaboradores institucionales.
- Capacitarse en relación con los contenidos, servicios y operación del Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica – CPB.
- Brindar atención oportuna a los clientes nacionales y extranjeros a través de la plataforma de Investigación Científica y Gestión Ambiental.
- Realizar trabajos periódicos de mantenimiento y actualización del sistema.
- Realizar trabajos de desarrollo y retroalimentación de información y servicios cuando el sistema lo requiera (ciclo de vida del sistema).
- Informar sobre actividades realizadas y avances logrados.
- Apoyar en la campaña de publicidad del Centro.

D) Órgano de Administración del Sistema

El Administrador de Sistemas tiene a su cargo las siguientes funciones:

- Sistematizar los requerimientos funcionales de los servicios.
- Analizar y diseñar el sistema que involucra la implementación de los servicios, y tener como finalidad un modelo holístico del Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica con todos los servicios diseñados.
- Capacitar a los especialistas de biodiversidad y de negocios en la parte informática, hacer un manual para ellos sobre mantenimiento y actualización.

10 PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO

10.1 Inversión Inicial

La inversión inicial que se utilizó para poner en marcha el proyecto no ha sido considerada en el presente estudio económico – financiero debido a que no pertenece al periodo de referencia del estudio y a consideraciones técnicas.

La inversión a realizar en el periodo de estudio (2008 – 2012), será destinado a la compra de activo fijo y gastos de instalación, que comprende la compra de una computadora personal, una vitrina stand de madera y software antivirus; remodelación y arreglo de local. El aporte de capital será de S/. 3,997.00 (\$ 1,260.88)

10.2 Proyección de Ventas

La proyección de ventas del Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica Peruana muestra el número de usuarios esperados por cada año de operaciones de los 5 años proyectados. La estimación de la demanda se realizó utilizando diversas metodologías para cada plataforma.

✓ Estimación de Demanda de Servicios de Investigación y Facilitación de Información Financiera en Investigación

La estimación de demanda de la plataforma de investigación científica ha sido estimada a través del modelo estadístico de “Promedio Móvil”, debido a la naturaleza de la conducta de demanda histórica de los seis (Octubre 2006 – Marzo 2007) primeros meses de funcionamiento de promAmazonía y a la falta de información externa.

✓ Estimación de Demanda de Servicios de Biocomercio y Facilitación de Información Financiera

La estimación de demanda de la plataforma de Biocomercio y Facilitación de Información Financiera ha sido estimada a través del “Método de Cascada” que ha tomado como base el informe de Gestión Empresarial de las Micros y Pequeñas empresas en el Perú realizado por el Departamento de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM y datos estadísticos inferenciales de encuesta.

El crecimiento durante el periodo de análisis se encuentra respaldado por los intensos programas de promoción que realizará promAmazonía. Por otro lado se ha estimado un precio promedio por servicio de S/. 118.55 (US \$ 37.4 dólares).

Cabe señalar que el periodo de análisis de ingresos por la prestación de servicios se realizará a partir del cuarto año de operación de promAmazonía, esta decisión se basa a razones estrictamente técnicas.

10.3 Punto de Equilibrio

Los costos fijos y variables de la prestación de los servicios, de administración, de marketing y ventas han sido proyectados mensualmente para el año 2008, para los siguientes periodos se realizó proyecciones anuales. Así se ha obtenido un costo fijo total anual de S/. 109,345 y un promedio de S/. 16,761 que ascienden los costos variables. Los costos variables comprenden gastos de publicidad periódica (televisiva,

radial y escrita), contratación de un especialista informático, útiles de oficina, suministros y otros.

El punto de equilibrio ha sido calculado en base a los ingresos y egresos totales de los periodos en mención, teniéndose como 915 usuarios distribuidos en el total de plataformas, para los años 2011 y 2012.

10.4 Proyección de Estados Financieros

Para la proyección de los Estados Financieros se han tomado en cuenta los siguientes supuestos:

10.4.1 Supuestos para los Ingresos

- Los ingresos se han estimado en base al presupuesto operativo anual, con el fin de cubrir los requerimientos del sistema.
- Para el cálculo de las ventas se ha considerado la demanda esperada anual y el precio promedio de los servicios de cada plataforma.
- El precio de venta de los servicios se mantendrán constantes durante los dos últimos años de la evaluación del proyecto.
- Adicionalmente, se ha considerado los ingresos anuales de socios principales (irá aumentado en forma gradual hasta las ventas de servicios) y por cooperación internacional (3% del total del presupuesto para todos los años).
- Las ventas por servicios serán cobradas después de la prestación del servicio.

10.4.2 Supuestos para los Egresos

Los egresos han sido calculados en torno al sistema de operación de sistemas similares. Los porcentajes de dedicación al Centro se establecieron de acuerdo a entrevistas con cada uno de los involucrados y de acuerdo al Ciclo de Desarrollo del sistema.

Para efectos del cálculo de honorarios se han establecido las siguientes condiciones:

- Se ha asignado un honorario fijo mensual de S/. 818 (USD 253 / EUR 203) al Coordinador, equivalente al 13% de sus honorarios anuales. El Coordinador está bajo régimen tributario de 5ª categoría (Socio cooperativo). Sus honorarios son calculados en base a su mensualidad multiplicada por 1.527 (este factor incluye beneficios y retenciones).
- Todo el personal del sistema, excepto el Coordinador, está bajo Contrato por locación de Servicios (4ª categoría).
- Se realizará la contratación adicional de un asistente para la atención personalizada en los servicios de Investigación científica y gestión ambiental. El monto de sus honorarios ascenderá a S/. 2,500 mensuales.
- El Especialista en informática será requerido de acuerdo a las necesidades de ajustes del sistema, a partir del sexto año se recomienda invertir en Diseño y Desarrollo⁵⁶.

En el caso de muebles y equipos y licencias de software se toma en cuenta lo siguiente:

⁵⁶ Entrevista a Manuel Mávila Loli – Especialista Informático de SIAMAZONÍA.

- Se adquirirá una (1) laptop y una vitrina stand en el primer mes de Fase de Diseño.
- El antivirus y el dominio de Internet que serán pagados durante el mes de octubre de cada año.
- La remodelación e instalación para el traslado a nuevo local asciende a S/. 3,890.

Para el cálculo de los gastos de Publicidad:

- El presupuesto promedio de publicidad, se ha estimado en aproximadamente S/. 13,134, siendo los años de mayor inversión el 2011 y el 2012.

10.4.3 Supuestos Varios

- Las proyecciones de los Estados Financieros se han realizado en moneda nacional, debido a que los ingresos (2011 – 2012) se percibirán en esta moneda.
- Los bienes adquiridos en dólares americanos han sido convertidos en soles peruanos a un tipo de cambio de s/. 3.17.
- La tasa de depreciación anual de los bienes tangibles será de 15% para la computadora personal y 16% para vitrina stand de madera respectivamente.

10.5 Presupuesto Operativo Anual

El presupuesto operativo de promAmazonía se ha confeccionado de acuerdo al Ciclo de Desarrollo de Sistemas similares⁵⁷, y tomando en cuenta los requerimientos de recursos humanos, muebles y equipos, licencias de software y gastos operativos.

Acorde a ello, los años de mayores requerimientos de recursos económicos serán el 2,011 y 2,012, años en los que el presupuesto operativo promedio ascenderá a S/. 127,097 y S/. 131,917 respectivamente. Este pico se debe a que en ambos años se habrá un aumento del presupuesto de marketing y gastos operativos por la venta de servicios.

Cabe recalcar que alrededor de los 66% de los requerimientos de promAmazonía serán destinados a cubrir los costos derivados de recursos humanos y asistencia técnica, el resto del presupuesto operativo del sistema será distribuido entre los demás rubros considerados.

El presupuesto operativo anual promedio que será necesario para mantener al Centro en el período 2,008 – 2,012 se ha estimado en S/. 126,106.

10.6 Financiamiento

promAmazonía requiere recursos económicos para cubrir su presupuesto operativo anual, actualmente el centro se ha transferido al Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (socio facilitador) quien tiene el compromiso de cubrir con todos los requerimientos (recursos tecnológicos, económicos y humanos) antes mencionados.

Por decisión de las instituciones responsables se ha acordado la venta de servicios de información y asistencia a partir del cuarto año de operación del sistema, por lo que, aparte de los ingresos provenientes del socio facilitador, se hará la proyección

⁵⁷ Anexo N° X15 – Ciclo de Desarrollo de Vida de SIAMAZONÍA, Ciclo Adaptado de acuerdo a las necesidades de promAmazonía

de los ingresos futuros del sistema por este concepto. A continuación se ha considerado las siguientes opciones de financiamiento:

- **Aporte institucional:** Los aportes de los socios pueden ser económicos o con recursos humanos capacitados y aporte tecnológico. Una forma concreta de que pueda asignarse estos recursos es que la entidad interesada “institucionalice”, al igual que el socio facilitador, a promAmazonía dentro de su estructura y planes.
- **Cooperación internacional:** Aproximadamente el 80% de los fondos que ha requerido el Centro desde sus inicios han venido de la cooperación del Gobierno de Finlandia. Actualmente, se tiene un compromiso futuro con un proyecto de cooperación para asistir con parte de sus recursos a promAmazonía.
- **Venta de servicios y/o publicidad.** Existen sitios web que presentan varios niveles de información, y cobran por acceder a información o servicios. Otros incorporan la venta de espacios publicitarios en línea dentro de su sitio web. Es el principal medio de autosostenibilidad del Centro.

10.7 Análisis Social

Es de suma importancia el presente análisis, ya que si bien es cierto se ha determinado indicadores económicos de naturaleza privada, es necesario tomar indicadores de naturaleza pública debido a que promAmazonía se inicia con la misma, su fuente de financiamiento inicial y para los tres primeros años de funcionamiento será con aportes de capital público. Así tenemos los siguientes:

10.7.1 Análisis Costo Eficiencia

- **Valor Presente de los Costos:** Determina el costo equivalente en el periodo cero, actualizado a una tasa de descuento del ⁵⁸14%. El valor presente de los costos al quinto año del periodo analizado de promAmazonía es de **S/.431, 563.34.**
- **Costo Anual Uniforme Equivalente:** Es el costo estimado en promedio por periodo, que se tendría que incurrir si se lleva a cabo el proyecto. CAUE de promAmazonía es de **S/. 125, 707.03.**
- **Total Beneficiarios del Proyecto:** Son los resultados medibles que promAmazonía tendría a finalizar el quinto año. Beneficiarios totales es de **6145** usuarios.
- **Costo por Beneficiario:** Es de **S/. 70,23.**

10.8 Análisis Económico de promAmazonía

Los criterios de Evaluación considerados para el presente plan de negocios. VAN Económico, TIR y Costo de Oportunidad de Capital. La tasa de descuento anual empleada es de 14%.

Escenario	COK	VAN Económico	TIR Económica	Beneficio/Costo
Conservador	14%	35,193.46	70%	4.46%

⁵⁸ Indicador de Inversión publicada como referencia a los proyectos de inversión pública emitido por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

El VAN es mayor que cero, entonces el proyecto se acepta, la TIR es mayor que el COK, para el análisis de Beneficio/Costo el resultado dice que por S/. 1.00 invertido, se obtiene un beneficio de S/. 4.46.

De esta manera, al considerar los resultados obtenidos de los criterios de evaluación se puede concluir que el presente proyecto es viable.

PromAmazonía

Presupuesto de Inversión Inicial

INVERSION	
TANGIBLE	2008
Vitrina Stand de madera	S/. 900,00
Remodelación e instalación de Oficina	S/. 3.890,00
Computadora personal	S/. 3.000,00
Sub-Total	S/. 7.790,00
INTANGIBLE	
Software Antivirus	S/. 97,00
Sub-Total	S/. 97,00
TOTAL	S/. 7.887,00
	\$2.488,00
	1.882,00 €

Gastos de Remodelación y Acondicionamiento de Local

RUBRO	COSTO TOTAL
	S/. Soles
Gastos de Acondicionamiento de Local	S/. 2.800,00
Arreglo de Baños	2000
Arreglo e instalación de Baños	700
Pintado de Paredes	100
Gastos de Instalación	S/. 1.090
Movilidad	20
Traslado e instalación de counter	120
Instalación de Internet	800
Instalación de Aire Acondicionado	150
TOTAL S/.	S/. 3.890
TOTAL US \$	\$1.227
En euros	€ 928

* Los gastos de acondicionamiento están basados al presupuesto elaborado por el Sr. Alberto Ríos.

* Los gastos de instalación se basan en datos históricos.

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

Cálculo de Gastos de Organización y Gastos de Viajes y Viáticos de reuniones de Comité Directivo

***Cálculo de gastos de organización de reuniones del Comité Directivo
2008 - 2012***

Item	Costo diario (Soles)	Número de días	Número de participantes	Total (Soles)
Materiales (por persona)	5	3	11	165
Refrigerio (por persona)	4	3	11	132
TOTAL				S/. 297,00 \$94,00 € 71,00

***Cálculo de gastos de viajes y viáticos
2008 - 2012***

Item	Costo indiv. (Soles)	Número de días	Número de pasajeros	Total (Soles)
Pasaje aéreo Lima-Iquitos (ida)	250	1	5	1.250
Pasaje aéreo Iquitos-Lima (vuelta)	250	1	5	1.250
Alojamiento Hs. Ambassador SWB	65	3	5	969
Alimentación	20	3	5	300
Transporte	20	3	5	300
TOTAL				S/. 4.068,96 \$1.284,00 € 971,00

* El número de participantes en el comité directivo no debe pasar de diez (10), más el representante del socio facilitador, en total once (11).

* Para el cálculo de viajes y viáticos se ha considerado a los representantes de socios que residen en la ciudad de Lima, que comprenden a las siguientes instituciones: CONCYTEC, IPPN, CONAM y otros dos socios contemplados en el Plan Estratégico.

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

Cálculo de Presupuesto de Publicidad

Actividades	Costo Total S/.							Total
	Cto.		2008	2009	2010	2011	2012	
	Unid.	Unitario						
Impresión de banners pequeños	10	60	600	600	600	600	600	3000
Impresión de Dípticos	1 MII	2000	2000	2000	2000	2000	2000	10000
Stickers autoadhesivos	1/2 MII	900	900	900	900	900	900	4500
Papel Membretado	200 hojas	0.25	50	50	50	50	50	250
Publicidad Televisiva	mensual	2000	2.000	8000	8000	12000	12000	42.000
Publicidad Radial	mensual	500	2.000	2000	2000	2000	2000	10.000
Publicidad en prensa escrita	semanal	3000	1.200	1200	1200	2400	2400	8.400
Relanzamiento de promAmazonía			2.269					2.269
			11019	14750	14750	19950	19950	80.419

* El costo del banner es un aproximado del diseño de 96x50cm y el sticker autoadhesivo es de 15x4cm.

* La publicidad televisiva contempla para el primer año gastos en programas privados por el periodo de un (1) mes (relanzamiento de promAmazonía), para el periodo 2009 y 2010 la frecuencia aumentará en cuatro (4) meses por año, y para el periodo 2011 y 2012 seis (6) meses respectivamente.

* La publicidad radial esta programada para cuatro (4) meses por año.

* La publicidad en prensa escrita está programada para cuatro (4) meses por año para los tres primeros periodos, y para los dos últimos periodos 8 semanas anuales.

* La programación de la publicidad televisiva, radial y la escrita están contemplados dentro del Calendario de Materiales comunicativos y Difusión en medios masivos del Plan de Comunicaciones.

Gastos de Personal

Actividades	Costo Total S/.					Total
	2008	2009	2010	2011	2012	
Personal Permanente						
Asistente helpdesk R1	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	150.000
Asistente helpdesk R2	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	150.000
Personal de Seguridad y limpieza	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	36.000
Personal Temporal						
Especialista informático	2.772	4.620	0,00	0,00	4.620	12.012
TOTAL	69.972	71.820	67.200	67.200	71.820	348.012

Determinación de Ingresos

TARIFA PROMEDIO ESTIMADA POR SERVICIO AL AÑO		
Investigación Científica	Biocomercio	Facilitación Financiera
S/. 73,00	S/. 145,00	S/. 154,00

DEMANDA PROYECTADA DE USUARIOS			
AÑOS	Investigación Científica	Biocomercio	Facilitación Financiera
2008	248	501	480
2009	248	501	480
2010	248	501	480
2011	248	501	480
2012	248	501	480

PRESUPUESTOS DE INGRESOS				
Periodos	Investigación Científica	Biocomercio	Facilitación Financiera	Ingresos anuales
2008				S/. 0,00
2009				S/. 0,00
2010				S/. 0,00
2011	S/. 18.104,00	S/. 72.645,00	S/. 73.920,00	S/. 164.669,00
2012	S/. 18.104,00	S/. 72.645,00	S/. 73.920,00	S/. 164.669,00

FINANCIAMIENTO						
CONCEPTO	2007	%	2008	%	2009	%
Socio Facilitador IIAP	S/. 82.420,00	65%	S/. 76.080,00	60%	S/. 69.740,00	55%
Socios Principales	S/. 6.340,00	5%	S/. 12.680,00	10%	S/. 19.020,00	15%
Cooperación Internacional	S/. 38.040,00	30%	S/. 38.040,00	30%	S/. 38.040,00	30%
Ingresos por Publicidad	0	0%	S/. 0,00	0%	S/. 0,00	0%
Ingresos por Servicios	0	0%	S/. 0,00	0%	S/. 0,00	0%
TOTAL	126.800,00	100%	S/. 126.800,00	100%	S/. 126.800,00	100%

* Los ingresos a cubrir por el Socio Facilitador Comprende: Pago a personal, costos de telefonía e internet y útiles materiales (útiles de oficina y material de limpieza).

Calculo de Depreciación	Valor Contable	%	2008	2009	2010	2011	2012	Valor residual
Computadora personal	3.000,00	15%	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	800
Vitrina Stand de madera	900	16%	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	200
TOTAL	3.900,00		580,00	580,00	580,00	580,00	580,00	1.000,00

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

PROMAMAZONÍA: PRESUPUESTO OPERATIVO ANUAL 2,008 (Nuevos Soles)													
Periodos	Ene	Feb	Mar	Abr.	May.	Jun.	Jul	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	TOTAL
COSTOS FIJOS													
Coordinador	819	819	819	819	819	819	819	819	819	819	819	819	9.828
Asistente helpdesk R1	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000
Asistente helpdesk R2	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000
Personal de Seguridad	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7.200
Servicios de Telefonía e internet	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	13.200
Alquiler de local	634	634	634	634	634	634	634	634	634	634	634	634	7.608
Agua	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192
Luz Eléctrica	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3.000
Material de Limpieza	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
Dominio de internet											101		101
Organización de comité directivo										4.366,00			4.366
Impresión de banners	600												600
Impresión de Dípticos	2000												2000
Stickers autoadhesivos	900												900
Papel membretado	50												50
Total Costos Fijos	11.994	8.444	8.444	8.444	8.444	8.444	8.444	8.444	8.444	12.810	8.545	8.444	109.345
COSTOS VARIABLES													
Especialista informático			2.772										2.772
Útiles de Oficina	263			75			263			75			676
Suministros			100										100
Publicidad Televisiva				2.000									2.000
Publicidad Radial				500	500		500		500				2.000
Publicidad en Prensa escrita				300	300		300		300				1.200
Relanzamiento de promAmazonía				2.269									2.269
Remodelación de Local	2800												2.800
Instalación de Oficina	1090												1.090
Total Costos Variables	4.153	0	2.872	5.144	800	0	1.063	0	800	75	0	0	14.907
TOTAL COSTOS SOLES	16.147	8.444	11.316	13.588	9.244	8.444	9.507	8.444	9.244	12.885	8.545	8.444	124.252
TOTAL COSTOS \$	5.094	2.664	3.570	4.286	2.916	2.664	2.999	2.664	2.916	4.065	2.696	2.664	39.196
TOTAL COSTOS Euros	3.854	2.015	2.701	3.243	2.206	2.015	2.269	2.015	2.206	3.075	2039	2.015	29.654

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
PERIODOS	2008	2009	2010	2011	2012
COSTOS FIJOS					
Coordinador	9.828	9.828	9.828	9.828	9.828
Asistente helpdesk RI	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Asistente helpdesk R2	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Personal de Seguridad y limpieza	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Servicios de Telefonía e internet	13.200	13.200	13.200	13.200	13.200
Alquiler de local	7.608	7.608	7.608	7.608	7.608
Agua	192	192	192	192	192
Luz Eléctrica	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Material de Limpieza	300	300	300	300	300
Dominio de internet	101	101	101	101	101
Organización de comité directivo	4.366	4.366	4.366	4.366	4.366
Impresión de banners pequeños	600	600	600	600	600
Impresión de Dípticos	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Stickers autoadhesivos	900	900	900	900	900
Papel membretado	50	50	50	50	50
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 109.345	S/. 109.345	S/. 109.345	S/. 109.345	S/. 109.345
COSTOS VARIABLES					
Especialista informático	2.772	4.620	0	0	4.620
Útiles de Oficina	676	676	676	1.352	1.352
Suministros	100	200	0,00	0,00	200
Publicidad Televisiva	2.000	8.000	8.000	12.000	12.000
Publicidad Radial	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Publicidad en Prensa escrita	1.200	1.200	1.200	2.400	2.400
Relanzamiento de promAmazonía	2.269	0,00	0,00	0,00	0,00
Remodelación de Local	2.800	0,00	0,00	0,00	0,00
Instalación y traslado de Oficina	1.090	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 14.907	S/. 16.696	S/. 11.876	S/. 17.752	S/. 22.572
TOTAL COSTOS SOLES	S/. 124.252	S/. 126.041	S/. 121.221	S/. 127.097	S/. 131.917
TOTAL COSTOS \$	S/. 39.196	S/. 39.760	S/. 38.240	S/. 40.094	S/. 41.614
TOTAL COSTOS EUROS	S/. 29.654	S/. 30.081	S/. 28.931	S/. 30.333	S/. 31.483

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

FLUJO DE CAJA ECONOMICO

CONCEPTO	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ingresos por publicidad					S/. 2.000	S/. 2.000
Ingresos por servicios					S/. 164.669	S/. 164.669
Ingresos Propios		S/. 126.800	S/. 126.800	S/. 126.800	S/. 0,00	S/. 0,00
Ingresos						
Inversion						
Vitrina Stand de madera	-900					
Computadora personal	-3.000					
Remodelación e instalación de Oficina	-3.890					
Software Antivirus	-97					
Costos Fijos		-109.345	-109.345	-109.345	-109.345	-109.345
Costos Variables		-14.907	-16.696	-11.876	-17.752	-22.572
Resultado neto	-7.887	2.548	759	5.579	39.572	34.752
Depreciacion		-580	-580	-580	-580	-580
Resultado antes de impuesto		1.968	179	4.999	38.992	34.172
Impuesto a la renta					11.698	-10.252
Resutado neto	-7.887	1.968	179	4.999	50.690	23.920
Depreciacion		580	580	580	580	580
Flujo de caja economico	-7.887	2.548	759	5.579	51.270	24.500
Costo de oportunidad de Capital anual	14%					
VAN Economica	35.193,46					
TIR Economica	70%					
Beneficio/Costo	4,46					

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO

Periodos	2008	2009	2010	2011	2012
Ventas netas	126.800,00	126.800,00	126.800,00	166.669,00	166.669,00
Costos variables	-14.907,00	-16.696,00	-11.876,00	-17.752,00	-22.572,00
Gastos fijos	-109.345,00	-109.345,00	-109.345,00	-109.345,00	-109.345,00
Depreciación del ejercicio	-580,00	-580,00	-580,00	-580,00	-580,00
Utilidad antes de impuesto	1.968,00	179,00	4.999,00	38.992,00	34.172,00
Impuesto a la renta 30%				11.697,60	-10.251,60
Utilidad Neta Soles	S/. 1.968,00	S/. 179,00	S/. 4.999,00	S/. 50.689,60	S/. 23.920,40
Utilidad Neta Dólares	\$621,00	\$56,00	\$1.577,00	\$15.990,00	\$7.546,00
Utilidad Neta Euros	€ 470,00	€ 43,00	€ 1.193,00	€ 12.098,00	€ 5.709,00

BALANCE GENERAL PROYECTADO

Periodos	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ACTIVO						
Caja y banco	S/. 122.803,00	S/. 125.351,00	S/. 126.110,00	S/. 131.689,00	S/. 182.958,60	S/. 207.459,00
Intangibles	97,00	97,00	97,00	97,00	97,00	97,00
Activo fijo	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00
Depreciación Acumulada	0	-580,00	-1160,00	-1.740,00	-2320,00	-2900,00
TOTAL ACTIVO	S/. 126.800,00	S/. 128.768,00	S/. 128.947,00	S/. 133.946,00	S/. 184.635,60	S/. 208.556,00
PASIVO Y PATRIMONIO						
Capital Social	S/. 7.887,00	S/. 7.887,00	S/. 7.887,00	S/. 7.887,00	S/. 7.887,00	S/. 7.887,00
Reservas	S/. 118.913,00	S/. 118.913,00	S/. 118.913,00	S/. 118.913,00	S/. 118.913,00	S/. 118.913,00
Resultados Acumulados	0	1968	2147	7146	57835,6	81756
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/. 126.800,00	S/. 128.768,00	S/. 128.947,00	S/. 133.946,00	S/. 184.635,60	S/. 208.556,00

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO 1: Ejemplos de Centros de Innovación en el mundo
- ANEXO 2: Cuadro Comparativo Nacional de promAmazonía
- ANEXO 3: Cuadro Comparativo Internacional de promAmazonía
- ANEXO 4: Guía de Pautas para Entrevistas a Usuarios
- ANEXO 5: Guía de Pautas para Entrevista a Socios
- ANEXO 6: Encuesta de Biocomercio
- ANEXO 7: Encuesta de Investigación Científica
- ANEXO 8: Resultados Estadísticos de Investigación Científica
- ANEXO 9: Resultados Estadísticos de Biocomercio
- ANEXO 10: Lista de Entrevistados (Usuarios)
- ANEXO 11: Resultados Estadísticos de Visitas personalizadas
- ANEXO 12: Diagrama de GANTT de las Actividades de Marketing (2008)
- ANEXO 13: Cuadro Resumen Esquemático de los servicios
- ANEXO 14: Actividades Preoperativas de promAmazonía
- ANEXO 15: Diagrama Esquemático de Operaciones

ANEXO N° 1

<i>Centros De Innovación, Cuatro (4) Ejemplos Del Mundo</i>				
Centros	Otaniemi, Centro Internacional de Innovaciones	FinChi Innovation Center	Fish Innovation Centre, - FIC	Barnsley, - BBIC
Descripción	Tiene la finalidad de promover la innovación tecnológica a través de servicios personalizados	Organismo que fomenta el comercio y el aumento de la innovación tecnológica.	Tiene la finalidad de aumentar la competitividad y la capacidad de producción en el sector de la piscicultura	Estimular, asistir y fomentar el desarrollo de tecnología innovativa para generar más empleo y crecimiento económico
Ubicación Geográfica	Helsinki, Finlandia	Shanghai, China	Tervo, Finlandia	Inglaterra
Año de Inicio	1998	2005	-	1987
Entidad Facilitadora	Universidad de Tekes	Ministerio de Comercio e Industria de Finlandia y China, National Technology agent Tekes y FINPRO	Universidad de Kuopio, Turku, Jyväskylä y Helsinki de Finlandia, Instituto Finandés de Investigación de Caza y Pesca, Instituto Finlandesa de Medio Ambiente, Ministerio de Relaciones Exteriores de Finlandia y FAO, Naciones Unidas	-
Presupuesto Anual	2, 000.000 euros	-	-	-
Fuentes de Financiamiento	1 millón viene de la Universidad, 1 millón se lo consiguen ellos.	Entidades públicas finlandesas y Chinas	Socios	Privado
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • 1500 proyectos de Investigación cada año. • Aprox. 200 innovaciones o ideas de comercio por año • 20-30 nuevas empresas nacen cada año (en total 150 nuevas empresas) 	-	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación de desarrollo internacional en el este de África este y recién en Asia. Las actividades incluyen transferencia de conocimiento finlandés en piscigranjas y limnología a los países en vías de desarrollo. 	-

ANEXO N° 2

CUADRO COMPARATIVO DE PROMAMAZONÍA

***Calificación elaborada en base a consulta. Escala Valorativa: 1 Muy malo; 2 Malo; 3 Regular; 4 Bueno; 5 Muy Bueno**

<i>Cuadro Comparativo de la Plataforma de Biocomercio</i>		
Proveedor	Generando Capacidades para las Cadenas de Exportación - GECEX	Centro de Promoción de la Amazonía - promAmazonía
Descripción	Es el conjunto de actividades a favor de las micros y pequeñas empresas (MYPE), que PROMPYME ejecuta en el marco del proyecto “Apoyo para Mejorar la Oferta productiva y Facilitar el Comercio exterior - PAMC	El Sistema de información se ha diseñado para mejorar la situación empresarial de la Amazonía peruana, con miras al desarrollo de los bionegocios y el biocomercio.
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> Asesoría y capacitación para exportar. Información sobre productos. Directorio de servicios al comercio exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> Información de cadenas productivas en cinco productos prioritarios. Anuncios sobre oportunidades de capacitación y directorio de contactos. Consultas sobre oportunidades comerciales Búsqueda en los diferentes repositorios de información.
Lanzamiento	2006	2006
Socios	Gobiernos Regionales a nivel Nacional	05
Ámbito del Proyecto	A nivel Nacional	Amazonía Peruana – R. Loreto
Entidad Facilitadora	Centro de Promoción de la Pequeña y Microempresa - PROMPYME	Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana - IIAP
Presentación*	4	3
Contenido*	4	3
Facilidad de Uso*	5	4
Actualización Frecuente	SI	NO
Web site	www.gecex.prompyme.gob.pe	www.promamazonia.org/SBiocomercio/Principal.aspx
<i>Cuadro Comparativo de la Plataforma de Investigación Científica</i>		
Proveedor	Red Académica Peruana - Raap	Centro de Promoción de la Amazonía - promAmazonía
Descripción	Su finalidad es desarrollar una infraestructura basada en tecnologías de comunicaciones avanzadas, facilitando así el desarrollo de proyectos orientados a la investigación	Está diseñado para facilitar información científica sobre la amazonía, brindar apoyo logístico y contacto con expertos.con la finalidad de impulsar la investigación científica en la amazonía
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> Manejo a distancia de instrumentos de gran capacidad Conferencias a distancias Mecanismos de Colaboración Entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> Información sobre infraestructura de investigación. Apoyo Administrativo en trámites. Apoyo logístico de campo. Apoyo en financiamiento para investigación.

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

		<ul style="list-style-type: none"> Servicios especializados.
Lanzamiento	2003	2006
Socios	07	03
Ámbito del Proyecto	A nivel nacional	Amazonía Peruana – R. Loreto
Entidad Facilitadora	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología – CONCYTEC	Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana - IIAP
Presentación*	3	3
Contenido*	3	4
Facilidad de Uso*	4	4
Actualización Frecuente	SI	NO
Web site	www.raap.org.pe	www.promamazonia.org/SCientifico/Principal.aspx
Cuadro Comparativo de la Plataforma de Facilitación de Información Financiera		
Proveedor	<u>FONDEMI – BONOPYME (Perú Emprendedor):</u>	Centro de Promoción de la Amazonía - promAmazonía
Descripción	Es un proyecto que brinda asesoramiento, provee y busca fuentes de financiamientos a las Mypes. Ofrece dos tipos de servicios: Servicios No Financieros y Financieros	Es un servicio de apoyo para la búsqueda y gestión de fondos para dichos fines, cuyo propósito es elevar el nivel de conocimiento y comunicación entre los actores claves.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación Consultoría Asesoría y asistencia en diagnósticos de gestión financiera 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo y gestión en la obtención de fondos públicos.
Lanzamiento	2002	2006
Socios	-	-
Ámbito del Proyecto	Ancash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huánuco, Junín, La Libertad, Lambayeque, Moquegua, Piura, Puno, Tacna, San Martín, Lima y Callao.	Amazonía Peruana – R. Loreto
Entidad Facilitadora	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo - MTPE	-
Presentación*	4	2
Contenido*	5	2
Facilidad de Uso*	3	3
Actualización Frecuente	SI	NO
Web site	www.mypeperu.gob.pe/bonopyme	www.promamazonia.org/SFinanciero/Principal.aspx
Cuadro Comparativo de la Plataforma de Gestión Ambiental		
Proveedor	Programa de Capacitación Virtual en Educación Ambiental	Centro de Promoción de la Amazonía - promAmazonía
Descripción	Se prepara, capacita y difunde cursos a distancia en gestión ambiental dirigido a funcionarios de los gobiernos regionales y locales, al sector empresarial y público en general	Se ofrece información para facilitar a los diferentes niveles de gobierno seguir los pasos necesarios para poner en práctica políticas y decisiones consistentes con los principios de una correcta gestión ambiental.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> Consultoría Seminarios Virtuales Foros de Capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> Información relacionada a gestión ambiental. Información Cartográfica
Lanzamiento	2005	2006
Socios	01	02

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

Ámbito del Proyecto	A nivel nacional	Amazonía Peruana – R. Loreto
Entidad Facilitadora	Convenio Cinseyt – Passim Educativa	Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana - IIAP
Presentación*	5	4
Contenido*	5	4
Facilidad de Uso*	4	4
Actualización Frecuente	SI	NO
Web site	www.cinseyt.org.pe	www.promamazonia.org/SGAmbiental/Principal.aspx

ANEXO N° 3

<i>Cuadro Comparativo A nivel Regional e Internacional</i>			
Proveedor	Observatorio Nacional de Biocomercio	Otaniemi, Centro Internacional de Innovaciones	Centro de Promoción de la Amazonía
Descripción	Tiene por objeto promocionar los productos de biocomercio siendo un espacio de encuentro entre oferta y demanda de productos naturales, apoya la toma de decisiones sobre el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad.	Tiene la finalidad de promover la innovación tecnológica a través de servicios personalizados	Es un sistema concebido para proporcionar un conjunto de servicios informativos y asistencia técnica orientadas a contribuir a la conservación y uso sostenible de los recursos.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Seguimiento a Empresas • Sistema de Información de Mercados • Sistema de Transferencia de Tecnologías 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo jurídico y administrativo en la preparación de acuerdos y contratos de financiamiento. • Apoyo en la búsqueda de financiamiento • Promueve la utilización técnica, productiva y comercial de invenciones • Servicios de alumni 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de Investigación Científica • Servicios de Biocomercio • Servicios de Facilitación de Información Financiera • Servicios de Gestión Ambiental
Lanzamiento	2006	1998	2006
Socios	03	-	09
Ámbito del Proyecto	Colombia	Helsinki, Finlandia	Amazonía Peruana – R. Loreto
Entidad Facilitadora	Instituto Alexander Von Humboldt	Universidad de Tekes	Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana - IIAP
Presentación*	5	4	3
Contenido*	5	5	3
Facilidad de Uso*	4	4	4
Actualización	SI	SI	SI
Web site	www.humboldt.org.co/obio/	http://oiic.tkk.fi/index.htm 1	www.promamazonia.org

CUADRO COMPARATIVO INTERNACIONAL DE PROMAMAZONÍA

***Calificación elaborada en base a consulta. Escala Valorativa: 1 Muy malo; 2 Malo; 3 Regular; 4 Bueno; 5 Muy Bueno**

ANEXO N° 4

GUÍA DE PAUTAS – Entrevista a Usuarios

Se hará una explicación acerca de promAmazonía previa a la entrevista, que consistirá en una breve descripción del acceso y uso del sistema (web site) y de los servicios asistenciales pero se tocará temas relacionados a la conducta del usuario con respecto a los servicios.

Entrevistas A Profundidad Con Usuarios Potenciales

1. Durante el último año, ¿Ha recurrido algún centro de apoyo y/o consultoría sobre negocios, asesoría financiera y gestión ambiental? Investigación Científica: ¿Hace cuánto tiempo que ha formado parte de una expedición científica?
2. ¿Estaría interesado en realizar un nuevo proyecto de negocio, proyecto de gestión ambiental ó proyecto de investigación científica en la Amazonía peruana? ¿Busca financiamiento para un proyecto ya existente o nuevo? ¿En qué sector ó tema estaría más interesado?
3. Problemas y dificultades más frecuentes en la realización de su primer proyecto
4. Agencia donde recurre para solicitar servicios referido a los temas ya mencionados
5. ¿Qué tipo de servicios para proyectos de negocios podría requerir?
6. Disposición a pagar por los servicios ofrecidos
7. De acuerdo a la necesidad de su empresa, específicamente, ¿cuáles son los servicios por lo que estaría dispuesto a pagar y cuánto pagaría por esos servicios?

Capítulo 2

Capítulo 3 DATOS DEL ENTREVISTADO

Apellidos y nombres: _____

Ocupación: _____

País de residencia: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

E-mail: _____

ANEXO N° 5

GUÍA DE PAUTAS – Entrevista a socios

Entrevistas A Profundidad Con Socios Actuales Y Potenciales

Se hará una explicación de los servicios de promAmazonía previa a la entrevista, que consistirá en una breve descripción del acceso y uso del sistema (web site) y de los servicios asistenciales.

1. Grado de aceptación y perspectivas para el Centro de Promoción de la Amazonía Peruana para los próximos años.
2. Incrementar el valor y competitividad de promAmazonía y hacerlo más atractivo para socios y usuarios.
 - Determinar los problemas ó vacíos de información para el mejoramiento del sistema.
 - Compilar recomendaciones, sugerencias y aportes (otros servicios ó herramientas adicionales)
3. Integración de servicios de información y asistencia técnica con socios actuales y potenciales.
4. ¿De qué manera estaría su institución dispuesta a colaborar con el sostenimiento de promAmazonía? (Asignación de un presupuesto anual, especialistas, bienes tangibles, bienes intangibles)
5. ¿Con cuánto estaría su institución dispuesta a colaborar anualmente para el mantenimiento? ó valore el tiempo de asignación mensual de sus especialistas para promAmazonía.
5. Si su institución realiza cobros por la utilización de información o servicios ¿Estaría dispuesto a ofrecerlo a través de promAmazonía y así de esta forma colaborar con el sostenimiento del sistema mediante una comisión? ¿Cuánto sería la comisión 15,25, 50%?)
6. Cuáles cree Ud. que son los medios de ofrecer los servicios de promAmazonía y su plataforma de (Biocomercio, Facilitación financiera, Investigación científica y gestión ambiental) a nivel local, nacional e internacional.

ASPECTOS GENERALES

1. Nombre de la organización: _____
2. Nombre del Entrevistado: _____
3. Cargo del entrevistado: _____

ANEXO N° 6
ENCUESTA DEL CENTRO DE PROMOCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD DE LA AMAZONÍA PERUANA

Encuesta para la Plataforma de Biocomercio

Estimado colaborador, la presente encuesta esta hecha con la finalidad de obtener información confiable para la toma de decisiones en beneficio de brindarle un mejor servicio. Agradeceremos responder con la mayor sinceridad, marcando una X donde corresponda.

Con respecto al Funcionamiento Actual de promAmazonía y el nivel de satisfacción de los usuarios:

1. ¿Conoce ó ha escuchado acerca de promAmazonía y su plataforma de Biocomercio?

1.1 SÍ _____ (Ir a la siguiente pregunta)

1.2 NO _____ (Ir a la pregunta N° 7)

2. ¿Ha hecho uso de los servicios de promAmazonía?

1.1 SÍ _____ 1.2 NO _____ (Ir a la pregunta N° 7)

3. ¿A través de qué medio se contactó?

3.1 Asistente _____ (Ir a la pregunta N° 4)

3.2 Vía página Web _____ (Ir a la pregunta N° 5)

3.3 Ambos medios _____ (Responder pregunta N° 4 y 5)

4. ¿Con qué puntaje calificaría su nivel de satisfacción respecto a los servicios brindados por el Asistente? El siguiente esquema califica del 1 – 5, siendo el 1 el menor índice de satisfacción y el 5 el mayor índice de satisfacción.

Indicadores	Índice de Satisfacción General				
	1	2	3	4	5
1. Buen trato y atención de escucha					
2. Eficacia en la resolución de consultas					
3. Claridad en la información recibida					

5. ¿Con qué puntaje calificaría su nivel de satisfacción respecto a la información brindada en la página web? El siguiente esquema califica del 1 – 5, siendo el 1 el menor índice de satisfacción y el 5 el mayor índice de satisfacción.

Indicadores	Índice de Satisfacción General				
	1	2	3	4	5
1. Información de cadenas					

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

productivas basadas en los bionegocios					
2. Guías de operación de empresas.					
3. Alertas con oportunidades comerciales y de capacitación					
4. Directorio de empresas y especialistas en negocios					

6. ¿Cuál es el principal inconveniente que encontró en su visita a promAmazonía?
(Responder sólo una alternativa)

- 6.1 Información no esquematizada y desordenada en la página Web _____
- 6.2 Información desactualizada en la página Web _____
- 6.3 Ineficacia y poca claridad de información proporcionada por el asistente _____
- 6.4 No encuentro lo que quiero _____
- 6.5 No hubo inconvenientes _____
- 6.6 Otros Inconvenientes: _____

Con respecto a los servicios:

7. Valore la importancia que tiene para Ud. y su empresa en los siguientes servicios y herramientas de gestión que brinda promAmazonía actualmente en su plataforma de biocomercio. Enumere en orden de importancia y en forma descendente, donde el n° 1 es el menos importante y el n° 08 es el más importante.

<u>Servicios de Información/Asistencia Técnica</u>	Escala Valorativa
Paquete de Información sobre temas específicos relacionados a los bionegocios	
Apoyo, asistencia e información en la obtención de permisos y certificados para la exportación, apertura de empresas y certificados de calidad.	
Apoyo en la búsqueda de compradores en el extranjero.	
Búsqueda de financiamiento para proyectos relacionados a los bionegocios.	
Asesoramiento en la elaboración y redacción de proyectos que requieren financiamiento	
Alertas con oportunidades recientes de mercado	
Alertas con oportunidades de capacitación	
Alertas con las más recientes publicaciones en materia de negocios	

8. ¿Con qué frecuencia requeriría usted información o asistencia de mayor importancia descrita en la pregunta anterior?

- 8.1 Mensual _____
- 8.2 Cada 3 meses _____
- 8.3 Cada 6 meses _____
- 8.4 Una vez al año _____

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

8.5 Nunca. _____

8.6 Otros: _____

9. ¿Cuántos servicios solicitaría cada vez que realice una visita a promAmazonía?

9.1 Sólo 1 servicio _____

9.2 De 2 a 4 servicios _____

9.3 De 5 a 7 servicios _____

10. ¿Estaría dispuesto a publicitar los productos o servicios que su empresa proporciona en promAmazonía?

10.1 SÍ _____ 10.2 NO _____

11. ¿Qué tipo de servicio para la gestión de fondos de proyectos de bionegocios podría requerir? (Marcar sólo una alternativa)

11.1 Búsqueda de financiamiento para proyectos nuevos o en desarrollo _____

11.2 Asesoramiento en la elaboración y redacción de proyectos de inversión _____

11.3 Información de fuentes de cooperación no reembolsables _____

11.4 Información de fuentes de cooperación reembolsables _____

12. ¿Estaría dispuesto a pagar por los servicios que brinda promAmazonía?

12.1 SÍ _____ 12.2 NO _____ (Ir a la pregunta N° 15)

13. ¿Por cuál ó cuáles servicios estaría dispuesto a pagar? (Enumere en orden descendente y de importancia del 1 – 4 ó 5)

13.1 Apoyo y asistencia en la obtención de permisos _____

13.2 Apoyo en la búsqueda de compradores en el extranjero _____

13.3 Búsqueda de financiamiento de proyectos _____

13.4 Paquetes de información sobre temas específicos _____

13.5 Otros servicios (especifique) _____

ANEXO N° 7

Encuesta para la Plataforma de Investigación Científica

Estimado colaborador, la presente encuesta esta hecha con la finalidad de obtener información confiable para la toma de decisiones en beneficio de brindarle un mejor servicio. Agradeceremos responder con la mayor sinceridad, marcando una X donde corresponda.

Con respecto al Funcionamiento Actual de promAmazonía y el nivel de satisfacción de los usuarios:

1. ¿Conoce ó ha escuchado acerca de promAmazonía y su plataforma de Investigación Científica?

1.1 SÍ _____ (Ir a la siguiente pregunta)

1.2 NO _____ (Ir a la pregunta N° 7)

2. ¿Ha hecho uso de los servicios de promAmazonía?

1.1 SÍ _____ 1.2 NO _____ (Ir a la pregunta N° 7)

3. ¿A través de qué medio se contactó?

3.4 Con el Asistente _____ (Ir a pregunta N° 4)

3.5 Vía página Web _____ (Ir a pregunta N° 5)

3.6 Ambos medios _____ (Responder pregunta N° 4 y 5)

4. ¿Con qué puntaje calificaría su nivel de satisfacción respecto a los servicios brindados por el Asistente? El siguiente esquema califica del 1 – 5, siendo el 1 el menor índice de satisfacción y el 5 el mayor índice de satisfacción.

Indicadores	Índice de Satisfacción General				
	1	2	3	4	5
1. Buen trato y atención de escucha					
2. Eficacia en la resolución de consultas					
3. Claridad en la información recibida					

5. ¿Con qué puntaje calificaría su nivel de satisfacción respecto a la información brindada en la página web? El siguiente esquema califica del 1 – 5, siendo el 1 el menor índice de satisfacción y el 5 el mayor índice de satisfacción.

Indicadores	Índice de Satisfacción General				
	1	2	3	4	5
1. Información de Infraestructura para la Investigación y de apoyo administrativo.					

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

2. Información sobre consultorías y estudios socioeconómicos					
3. Información sobre uso y manejo de Biodiversidad					
4. Directorio de contactos entre investigadores instituciones					

6. ¿Cuál es el principal inconveniente que encontró en su visita a promAmazonía?
(Responder sólo uno alternativa)

6.1 Información no esquematizada y desordenada en la página Web _____

6.2 Información desactualizada en la página Web _____

6.3 Ineficacia y poca claridad de información proporcionada por el asistente _____

6.4 No encuentro lo que quiero _____

6.5 No hubo inconvenientes _____

6.5 Otros Inconvenientes: _____

Con respecto a los servicios:

7. Valore la importancia que tiene para Ud. los siguientes servicios y herramientas de gestión que brinda promAmazonía actualmente en su plataforma de Investigación Científica. Enumere en orden de importancia y en forma descendente, donde el n° 1 es el menos importante y el n° 08 es el más importante.

Servicios de Información/Asistencia Técnica	Escala Valorativa
Información especializada sobre la Biodiversidad.	
Información sobre Infraestructura de Investigación. (zoocriaderos, jardines botánicos, bancos de germoplasma.etc)	
Apoyo en Trámites y Obtención de permisos.	
Apoyo logístico de campo.	
Contacto con consultorías y estudios socioeconómicos de la población amazónica	
Información sobre becas y fuentes de financiamiento para investigación	
Apoyo en la obtención de becas y financiamiento de proyectos.	
Directorios de investigadores y proyectos de investigación.	

8. ¿Con qué frecuencia requeriría usted información o asistencia de mayor importancia descrita en la pregunta anterior?

8.1 Mensual _____

8.2 Cada 3 meses _____

- 8.3 Cada 6 meses _____
 8.4 Una vez al año _____
 8.5 Nunca. _____
 8.6 Otros _____

9. ¿Cuántos servicios solicitaría cada vez que realice una visita a promAmazonía?

- 9.1 Sólo 1 servicio _____
 9.2 De 2 a 4 servicios _____
 9.3 De 5 a 7 servicios _____

10. ¿Qué tipo de servicio para la gestión de fondos de proyectos de investigación podría requerir? (Marcar sólo una alternativa)

- 10.1 Información sobre becas _____
 10.2 Información de fuentes de financiamiento para investigación _____
 10.3 Asesoramiento en la elaboración y redacción de proyectos de investigación _____

11. ¿Estaría dispuesto a pagar por los servicios que brinda promAmazonía?

- 11.1 SÍ _____ 11.2 NO _____ (Ir a la pregunta N° 14)

12. ¿Por cuál ó cuáles servicios estaría dispuesto a pagar? (Enumere en orden de importancia)

- 12.1 Apoyo en Trámites y Obtención de permisos _____
 12.2 Apoyo logístico de campo _____
 12.3 Búsqueda de financiamiento de proyectos de investigación _____
 12.4 Información en temas específicos sobre la Biodiversidad _____
 12.5 Otros servicios (especifique): _____

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por esos servicios? Especifique los precios en dólares. **Pregunta Opcional**

Servicios de Información/Asistencia técnica	Precios \$
1. Apoyo en Trámites y Obtención de permisos	
2. Apoyo logístico de campo	
3. Búsqueda de financiamiento de proyectos de investigación	
4. Paquetes de información en temas específicos. sobre uso y manejo de la Biodiversidad (mapas cartográficos)	
5. Otros servicios (especifique)	

Perfil del Encuestado:

14. Edad:
 14.1 Entre 18 – 25 años _____

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

- 14.2 Entre 26 - 40 años ____
- 14.3 Entre 41 – 60 años ____
- 14.4 Entre 61 – 70 años ____

15. Nivel de Instrucción

15.1 Nivel universitario (Pre-grado) ____

15.2 Nivel Post Grado ____

Datos del Encuestado:

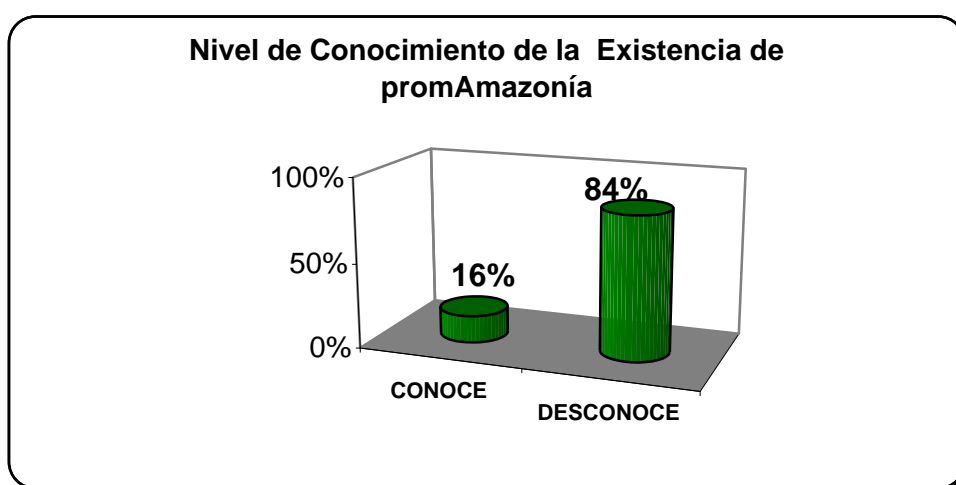
Nombre:		Teléfono	
Ocupación:		E-mail:	
Dirección		E-mail de la Institución:	
Nombre de la Institución a la que pertenece (opcional)			
Dirección de la institución (opcional):			

ANEXO N° 8
RESULTADOS ESTADÍSTICOS DE ENCUESTA – INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA

ANÁLISIS UNIVARIADO

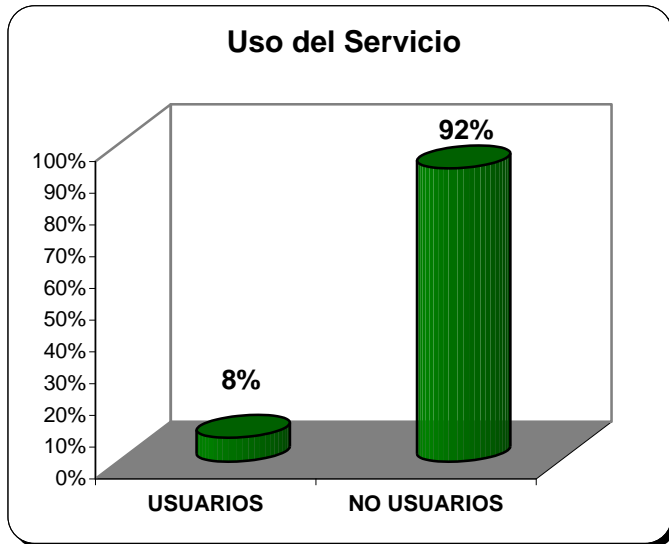
1. Nivel de Conocimiento de promAmazonía

CRITERIOS	CANT	%
CONOCE	17	16%
DESCONOCE	89	84%
TOTAL	106	100%



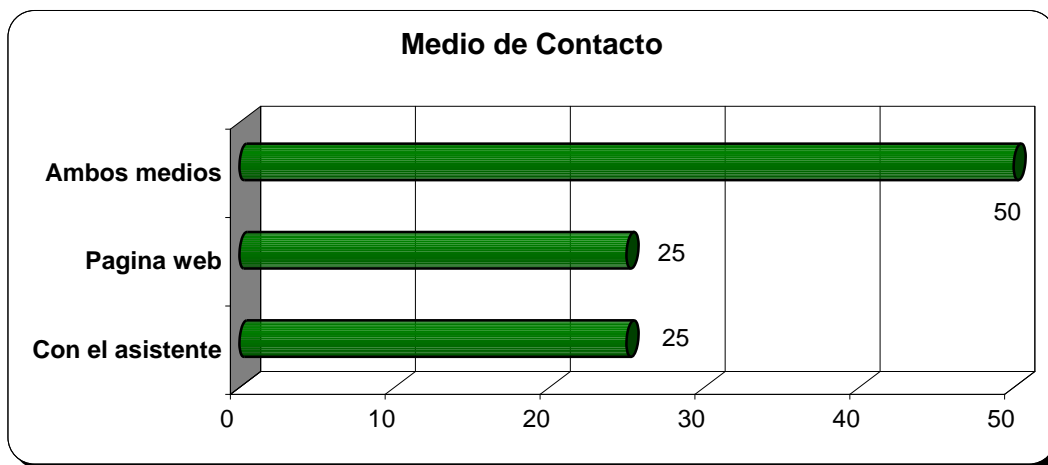
2. Nivel de Uso de los Servicios

CRITERIOS	CANTIDAD	%
USUARIOS	8	8%
NO USUARIOS	98	92%
TOTAL	106	100%



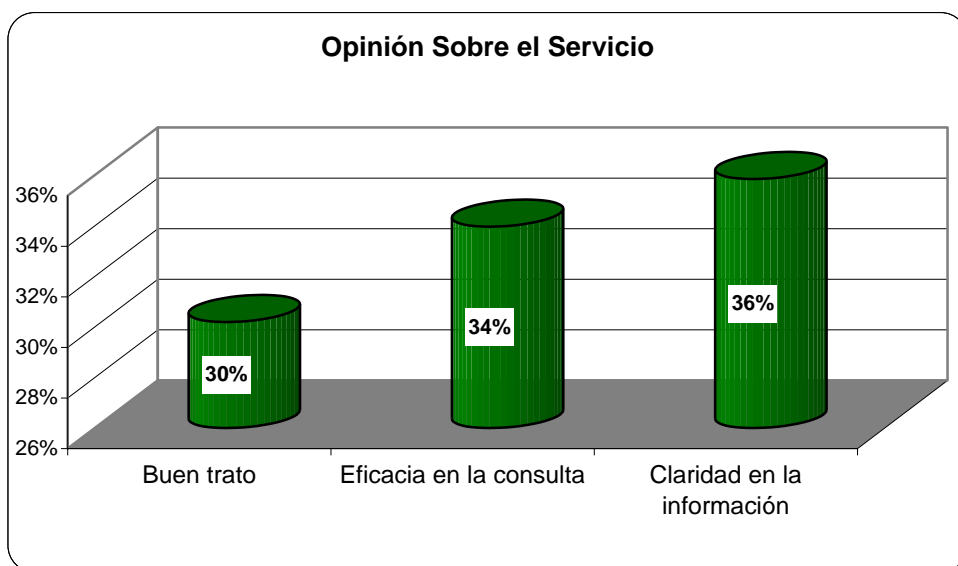
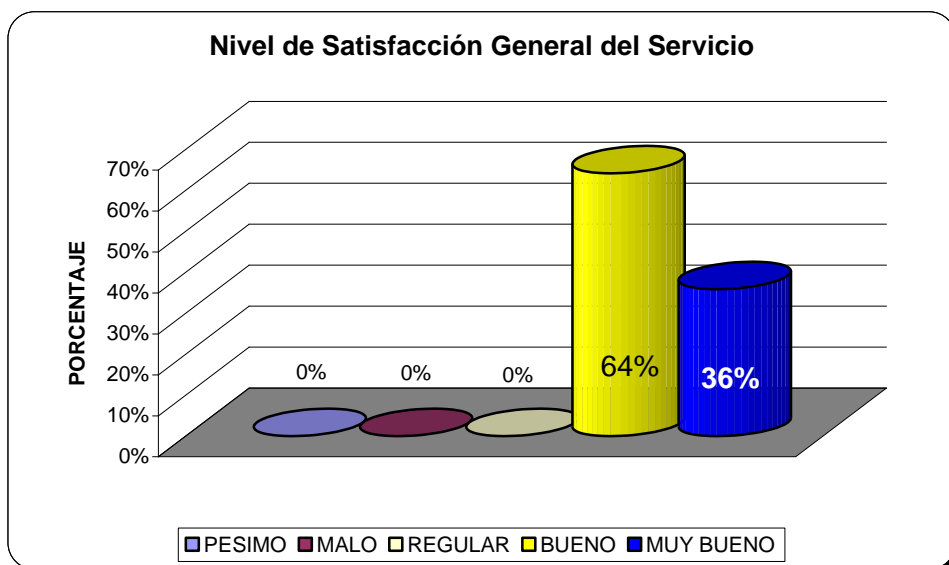
3. Medio de Contacto

CRITERIOS	CANTIDAD	%
Con el asistente	2	25
Pagina web	2	25
Ambos medios	4	50
TOTAL	8	100



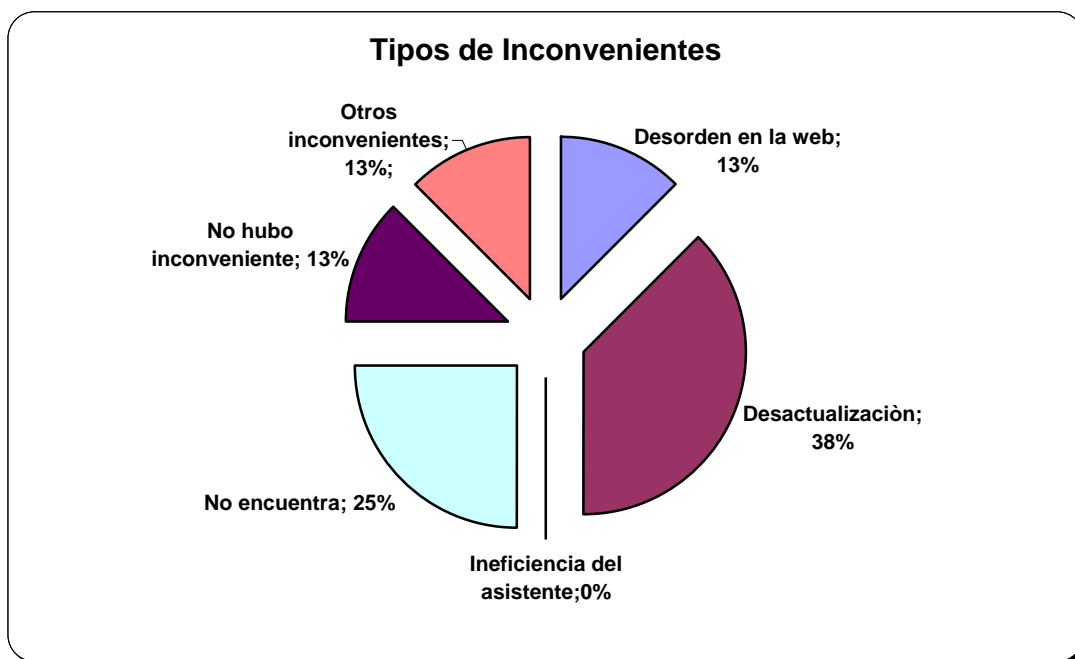
4. Nivel de Satisfacción de quienes usaron los servicios de la plataforma de Investigación

Indicadores	Nivel de Satisfacción				
	PESIMO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
Buen trato				4	
Eficacia en la consulta				4,5	
Claridad en la información					4,75
TOTAL	0	0	0	9	5
PORCENTAJE	0%	0%	0%	64%	36%



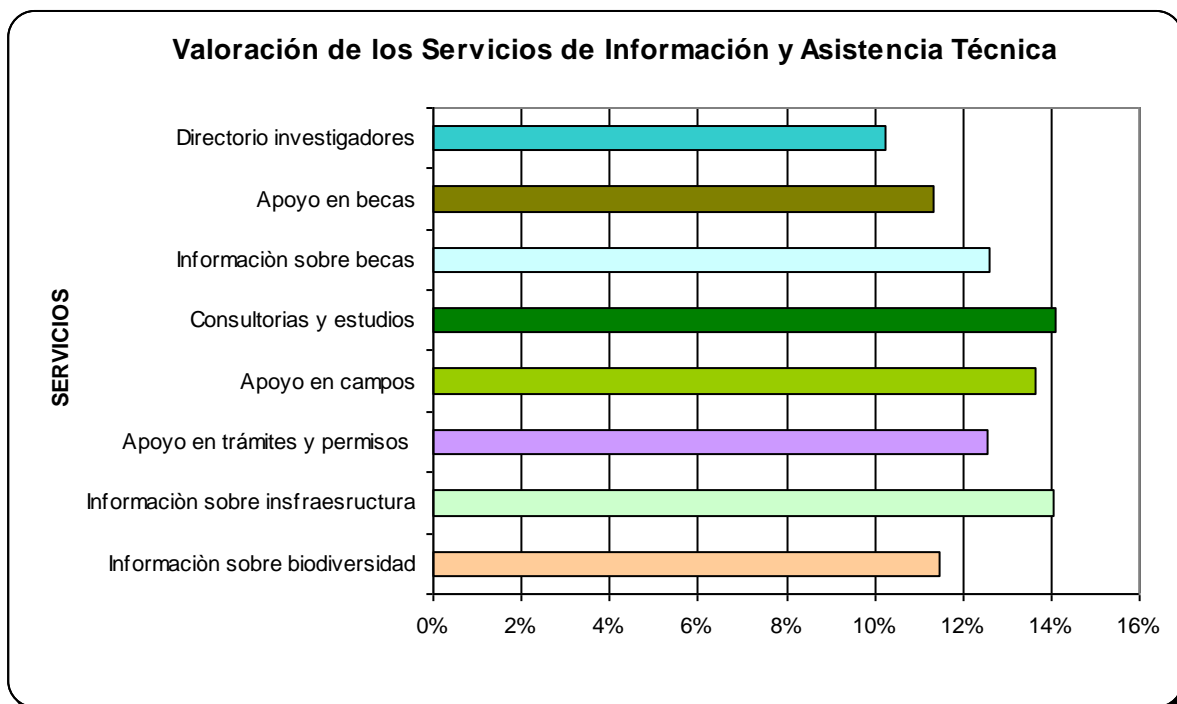
6. Principal inconveniente dentro del sistema de promAmazonia

INCOVENIENTES	PUNTOS	PORCENTAJE
Desorden en la web	1	13%
Desactualización	3	38%
Ineficiencia del asistente	0	0%
No encuentra	2	25%
No hubo inconveniente	1	13%
Otros inconvenientes	1	13%
TOTAL		100%



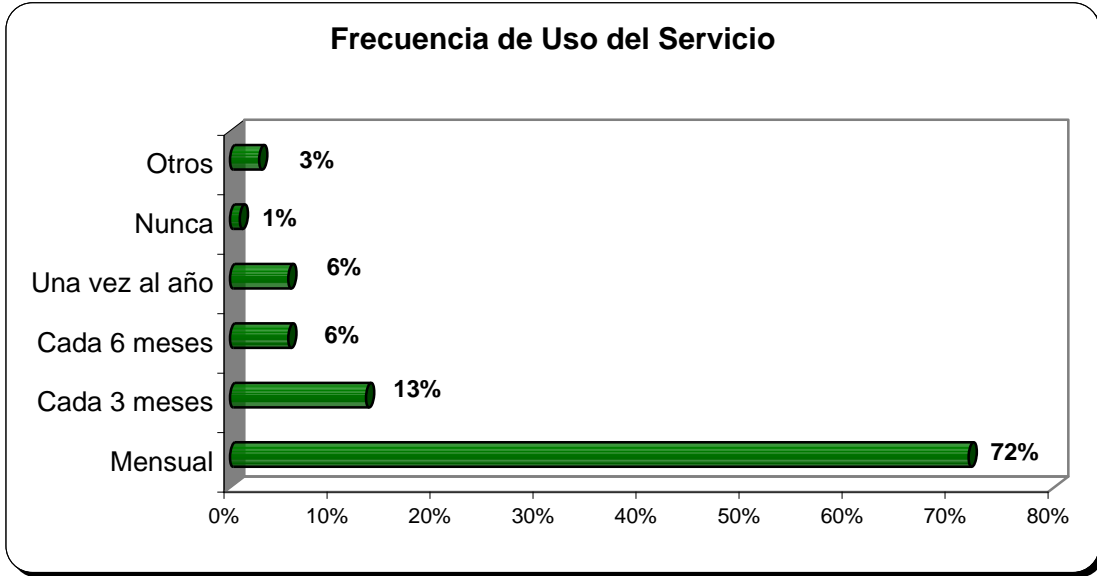
7. Valorización de los servicios (personalizados y en página web)

SERVICIOS	PUNTOS	PORCENTAJE
Información sobre biodiversidad	419	11,49%
Información sobre infraestructura	512	14,04%
Apoyo en trámites y permisos	458	12,55%
Apoyo en campos	498	13,65%
Consultorias y estudios	515	14,12%
Información sobre becas	459	12,58%
Apoyo en becas	413	11,32%
Directorio investigadores	374	10,25%
TOTAL	3648	100,00%



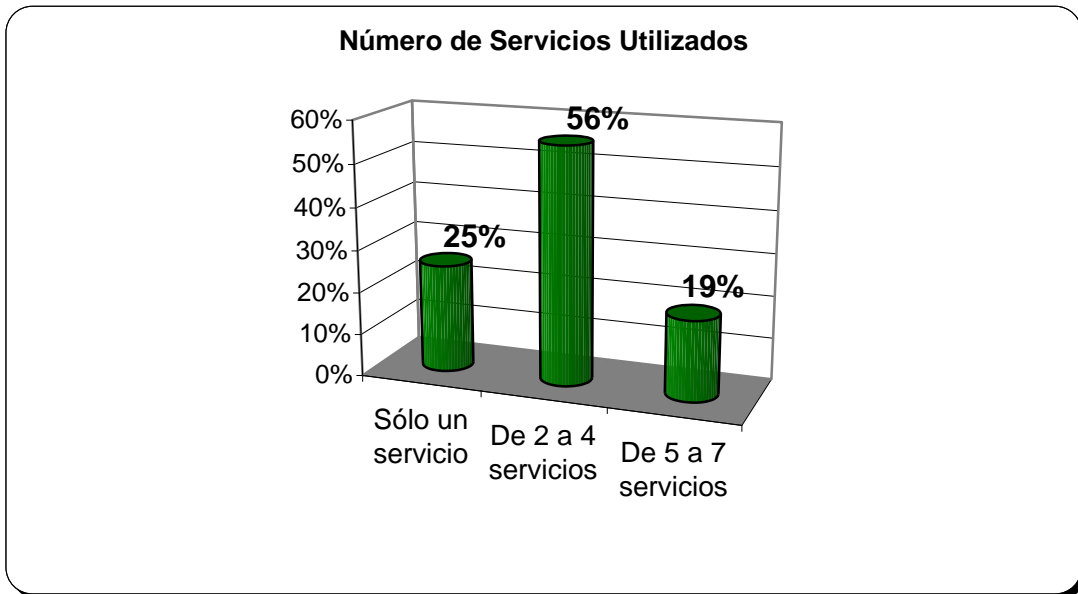
8. Frecuencia de requerimiento de los servicios de mayor importancia

Periodo	Frecuencia	%
Mensual	76	72%
Cada 3 meses	14	13%
Cada 6 meses	6	6%
Una vez al año	6	6%
Nunca	1	1%
Otros	3	3%
TOTAL	106	100%



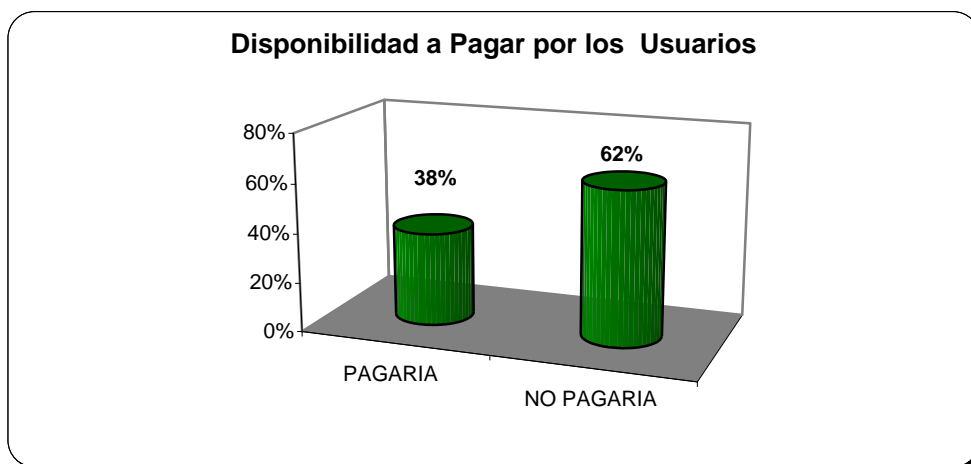
9. Cantidad de servicios solicitados

Cantidad	Frecuencia	%
Sólo un servicio	27	25%
De 2 a 4 servicios	59	56%
De 5 a 7 servicios	20	19%
TOTAL	106	100%



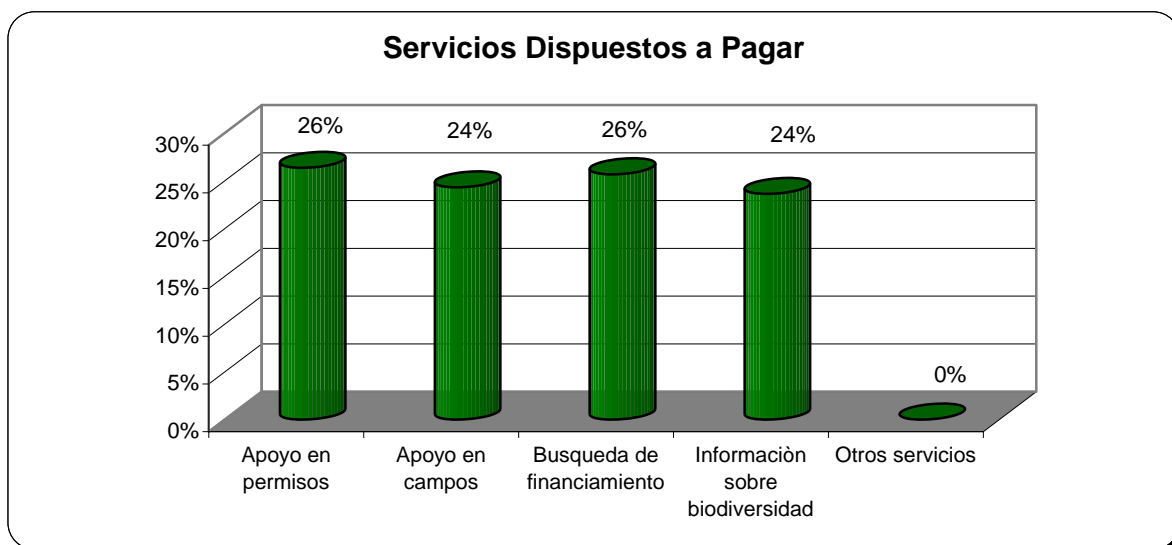
11. Disponibilidad a pagar por los servicios

CRITERIO	Frecuencia	%
PAGARIA	40	38%
NO PAGARIA	66	62%
TOTAL	106	100%



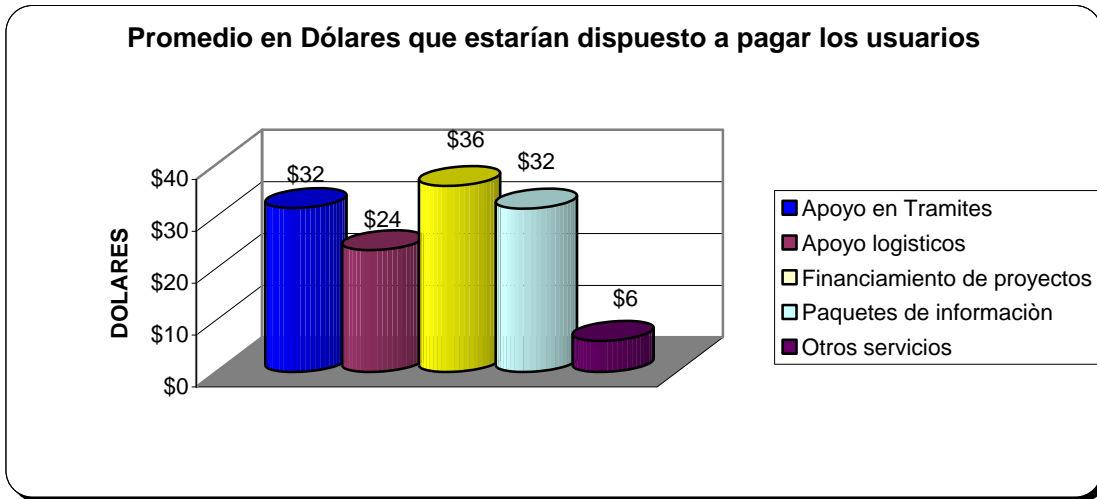
12. Servicios con disponibilidad de pago

SERVICIOS	Puntos	Frecuencia
Apoyo en permisos	116	26%
Apoyo en campos	107	24%
Busqueda de financiamiento	113	26%
Información sobre biodiversidad	104	24%
Otros servicios	0	0%
TOTAL	440	100%



13. Promedio en dólares disponible a pagar por los usuarios

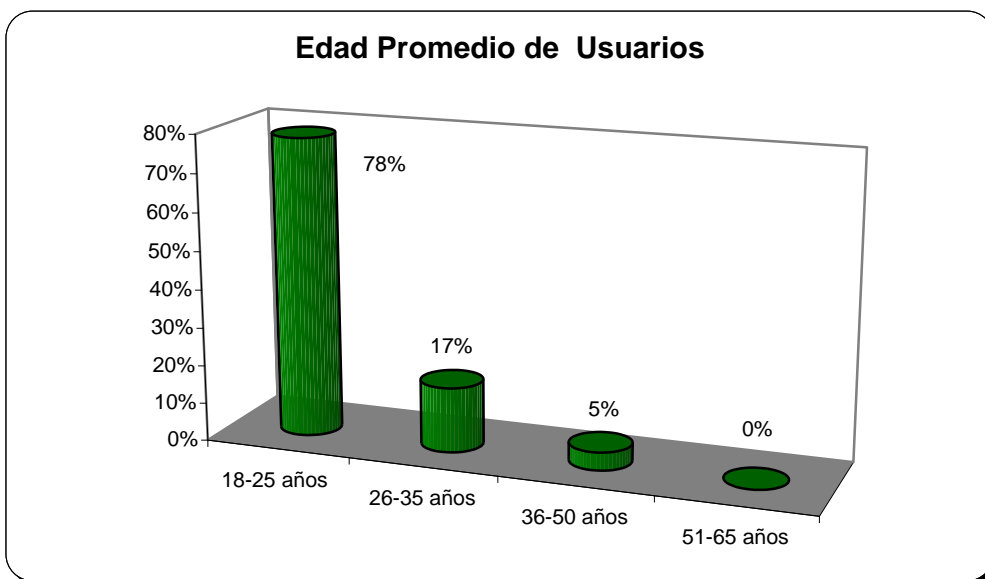
SERVICIOS	PROMEDIO
Apoyo en Tramites	\$32
Apoyo logísticos	\$24
Financiamiento de proyectos	\$36
Paquetes de información	\$32
Otros servicios	\$6



14.

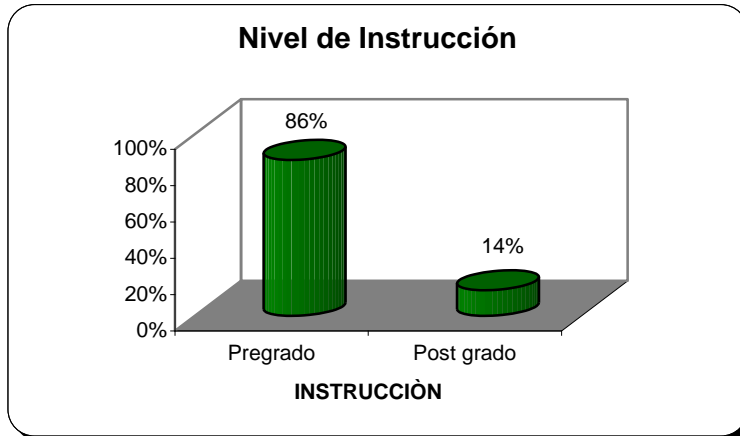
Rango de edad de los usuarios

EDAD DE LOS USUARIOS	Frecuencia	%
18-25 años	83	78%
26-35 años	18	17%
36-50 años	5	5%
51-65 años	0	0%
TOTAL	106	100%



15. Nivel de instrucción de los encuestados

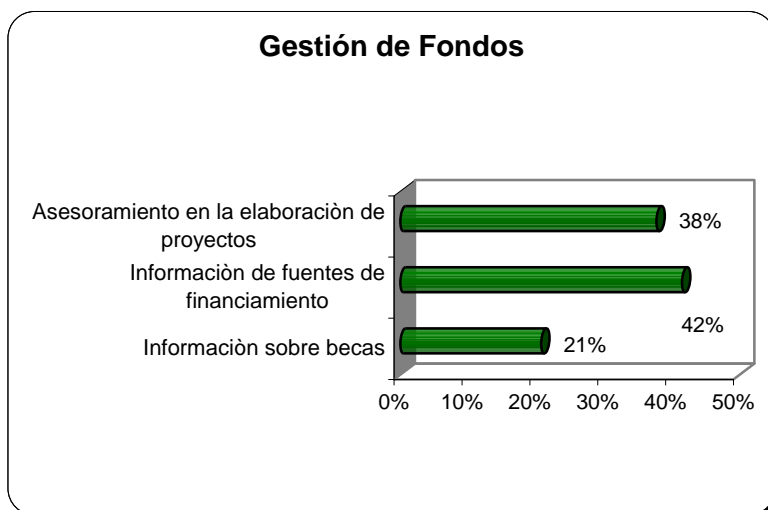
INSTRUCCION	Frecuencia	%
Pregrado	91	86%
Post grado	15	14%
Total	106	100%



FACILITACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA – INVESTIGACIÓN UNIVARIADO

10. Servicios de Gestión de fondos más requeridos en Investigación

Gestión de Fondos	Frecuencia	%
Información sobre becas	22	21%
Información de fuentes de financiamiento	44	42%
Asesoramiento en la elaboración de proyectos	40	38%
TOTAL	106	100%



ANÁLISIS BIVARIADO1. Relación de la valoración existente del servicio con el nivel de instrucción de los usuarios

SERVICIOS	Universitario	%
Información sobre biodiversidad	345	11%
Información sobre infraestructura	421	13%
Apoyo en trámites y permisos	391	12%
Apoyo en campos consultorias y estudios	431	13%
Información sobre becas	444	14%
Apoyo en becas	411	13%
Directorio investigadores	369	11%
TOTAL	461	14%

SERVICIOS	Post grado	%
Información sobre biodiversidad	74	14%
Información sobre infraestructura	91	17%
Apoyo en trámites y permisos	67	12%
Apoyo en campos consultorias y estudios	67	12%
Información sobre becas	71	13%
Apoyo en becas	48	9%
Directorio investigadores	44	8%
TOTAL	78	14%

2. Servicios con mayor disponibilidad de pago

SERVICIOS	Puntos	Peso	Promedio	Peso	%
Apoyo en permisos	116	26%	\$32	25%	38%
Búsqueda de compradores	107	24%	\$24	18%	30%
Búsqueda de financiamiento	113	26%	\$36	28%	39%
Paquetes de información	104	24%	\$32	25%	32%
Otros servicios	0	0%	\$6	5%	0%
TOTALES	440	100%	\$128,47	100%	

3. Relación entre frecuencia de uso de los servicios con cantidad requerida

Cantidad	FRECUENCIA					Totales	%
	Mensual	3 meses	6 meses	1 al año	Otros		
Sólo un servicio	16	6	3	2	0	27	26%
De 2 a 4 servicios	46	4	2	3	3	58	55%
De 5 a 7 servicios	14	4	1	1	0	20	19%
TOTAL	76	14	6	6	3	105	100%
%	72%	13%	6%	6%	3%	100%	

Cantidad	Mensual	%
Sólo un servicio	16	21%
De 2 a 4 servicios	46	61%
De 5 a 7 servicios	14	18%
TOTAL	76	100%

ANEXO N° 9

RESULTADOS ESTADÍSTICOS DE ENCUESTA - BIOCOMERCIO

ANÁLISIS UNIVARIADO

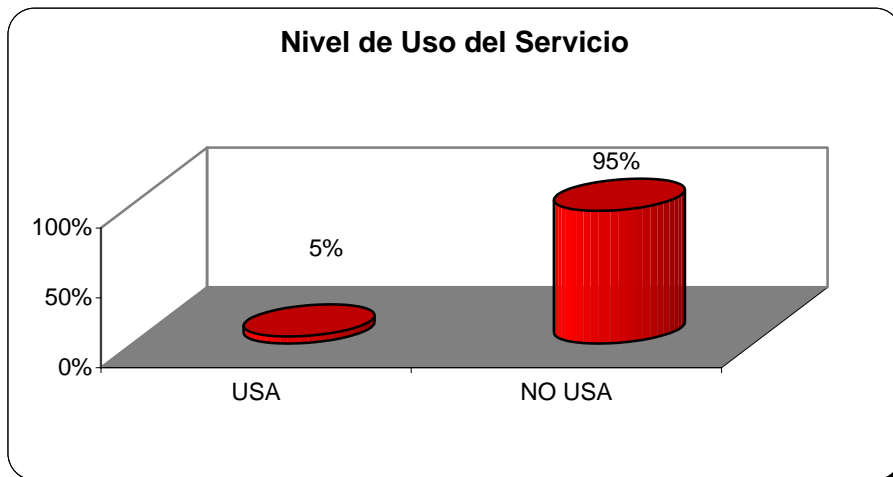
1. Nivel de Conocimiento de PromAmazonía

CRITERIOS	CANT	%
CONOCE	40	40%
DESCONOCE	60	60%



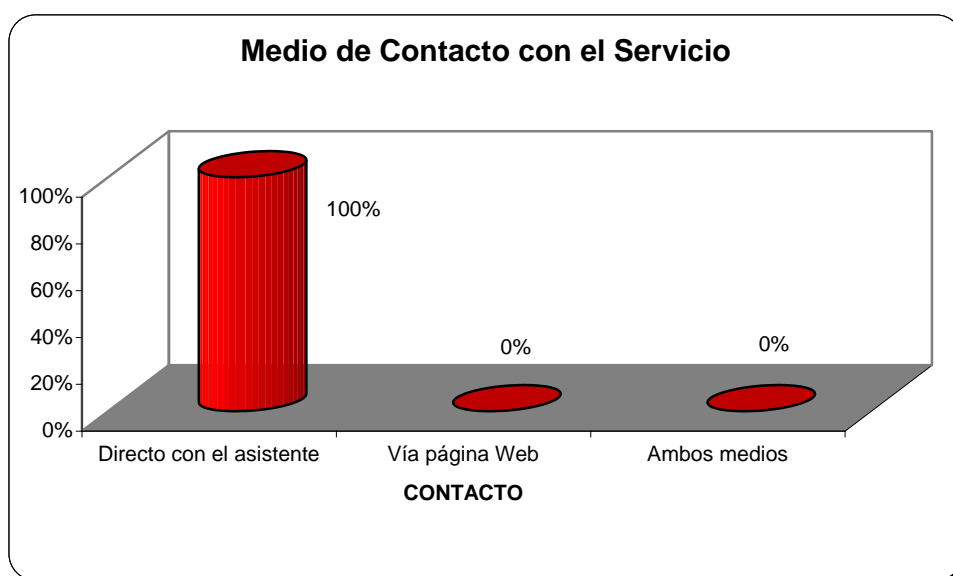
2. Nivel de Uso de los Servicios

CRITERIOS	CANTIDAD	%
USA	2	5%
NO USA	38	95%



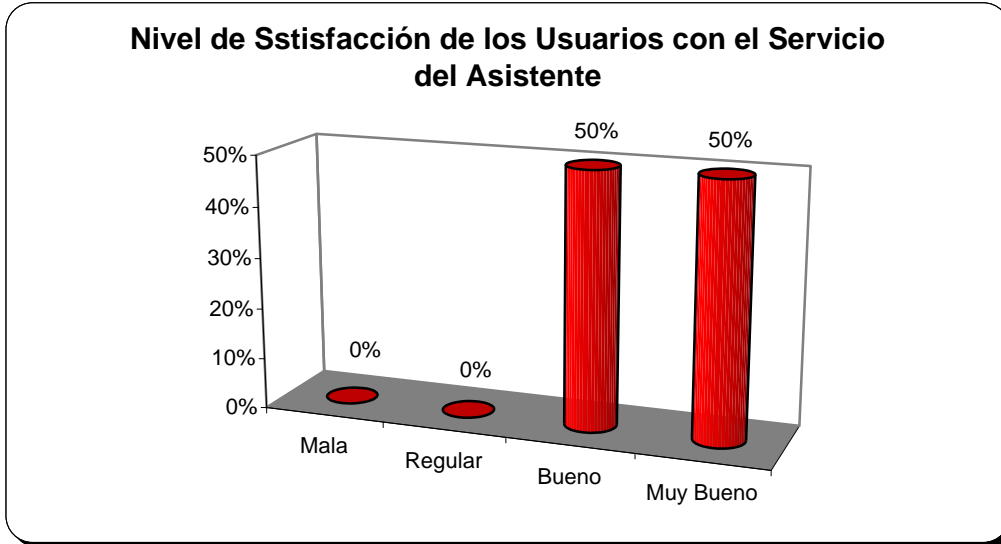
3. Medio de Contacto

MEDIO DE CONTACTO DEL SERVICIO	CANTIDAD	%
Directo con el asistente	2	100%
Vía página Web	0	0%
Ambos medios	0	0%



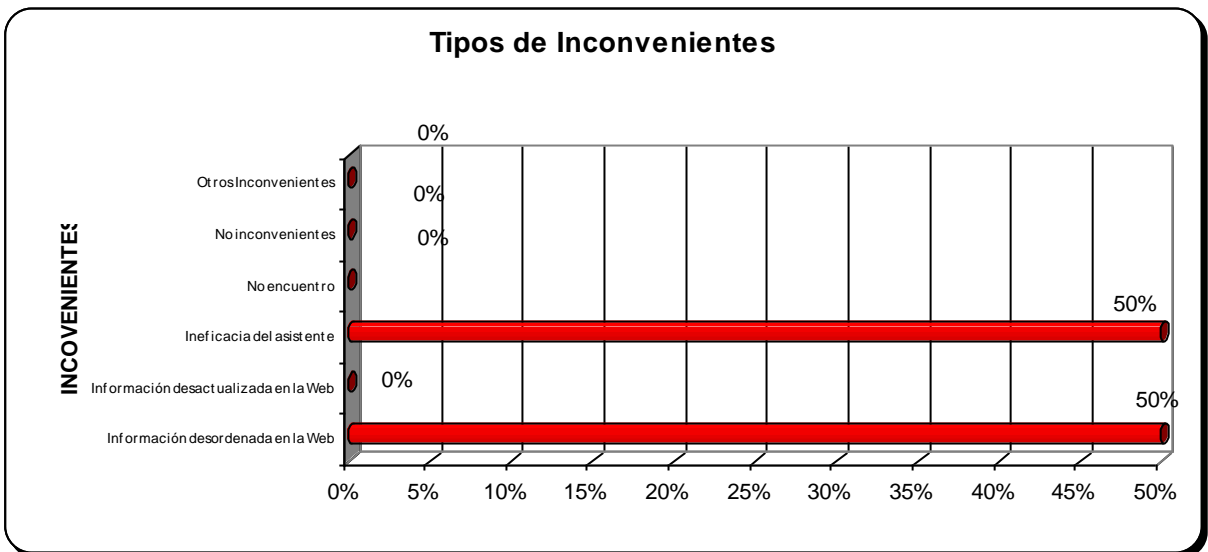
4. Nivel de Satisfacción de quienes usaron los servicios de la plataforma de Biocomercio

Indicadores	Nivel de Satisfacción				
	Pésimo	Mala	Regular	Buena	Muy Buena
Buen Trato				X	X
Eficacia en la consulta				X	X
Claridad en la información				X	X
		0%	0%	50%	50%



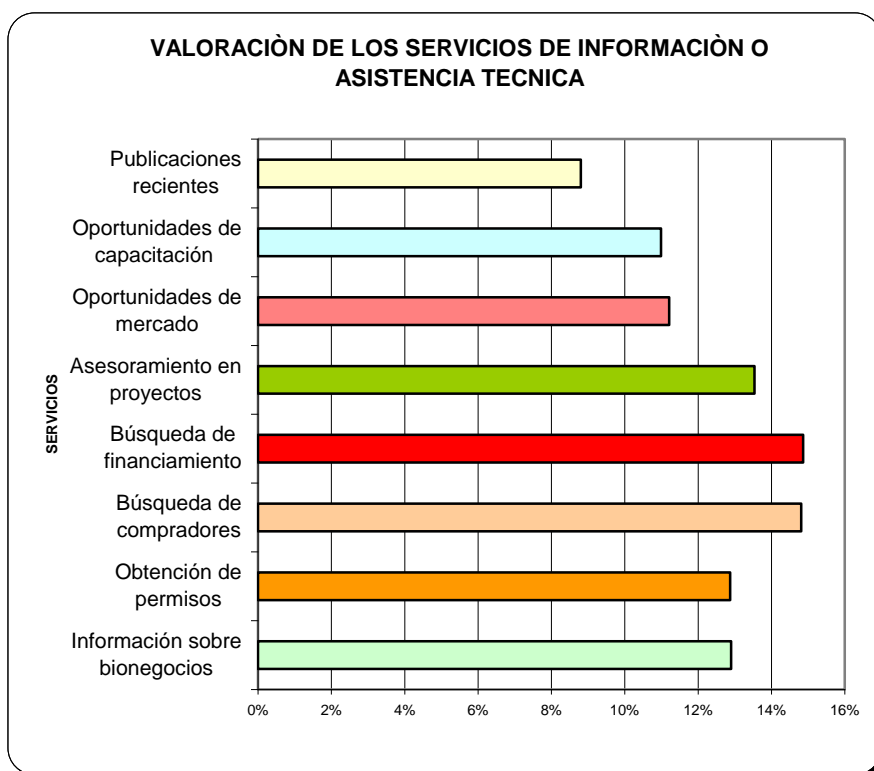
6. Principal inconveniente dentro del sistema de promAmazonía

INCOVENIENTES	Cantidad	%
Información desordenada en la Web	1	50%
Información desactualizada en la Web		0%
Ineficacia del asistente	1	50%
No encuentro		0%
No inconvenientes		0%
Otros Inconvenientes		0%
TOTAL	2	100%



7. Valorización de los servicios (personalizados y en página web)

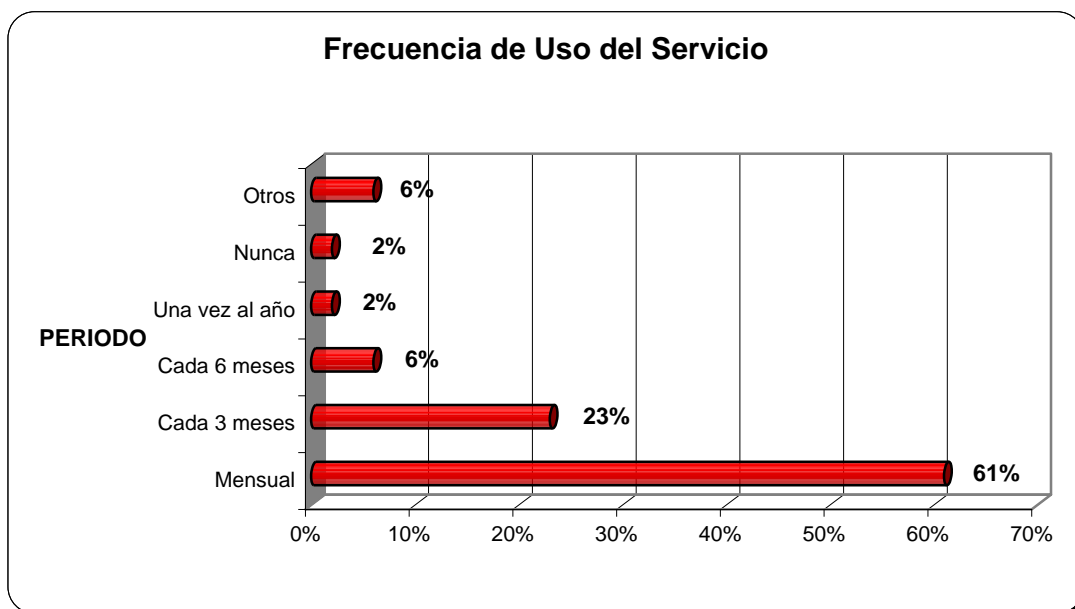
SERVICIOS	Puntos	Porcentaje
Información sobre bionegocios	466	12,90%
Obtención de permisos	465	12,87%
Búsqueda de compradores	535	14,81%
Búsqueda de financiamiento	537	14,87%
Asesoramiento en proyectos	489	13,54%
Oportunidades de mercado	405	11,21%
Oportunidades de capacitación	397	10,99%
Publicaciones recientes	318	8,80%
TOTAL	3612	100,00%



8. Frecuencia de requerimiento de los servicios de mayor importancia

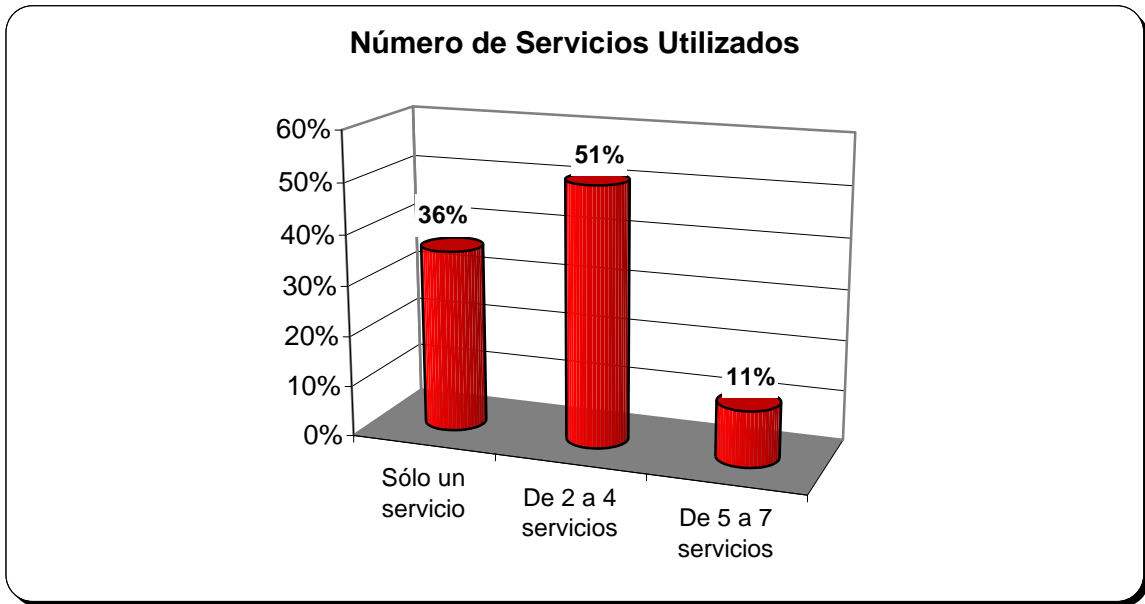
Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

Periodo	Frecuencia	%
Mensual	61	61%
Cada 3 meses	23	23%
Cada 6 meses	6	6%
Una vez al año	2	2%
Nunca	2	2%
Otros	6	6%
TOTAL	100	100%



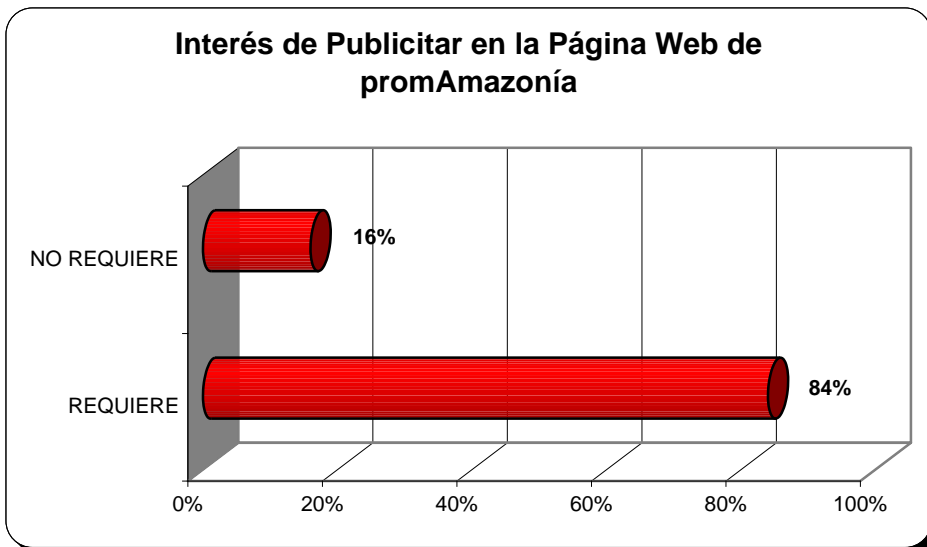
9. Cantidad de servicios solicitados

CANTIDAD	Frecuencia	%
Sólo un servicio	36	36%
De 2 a 4 servicios	51	51%
De 5 a 7 servicios	11	11%
TOTAL	98	98%



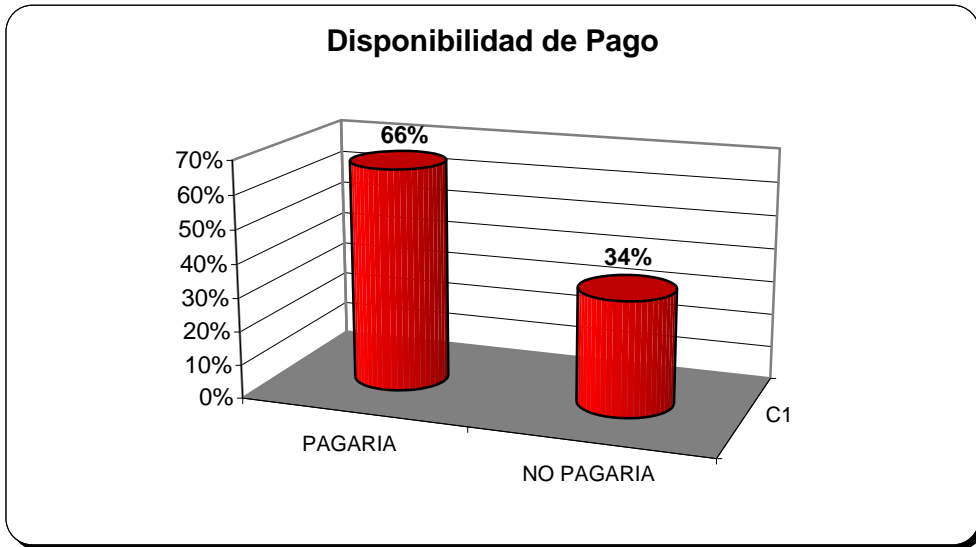
10. Interés de publicar en la web

criterio	Cantidad	%
REQUIERE	84	84%
NO REQUIERE	16	16%
TOTAL	100	100%



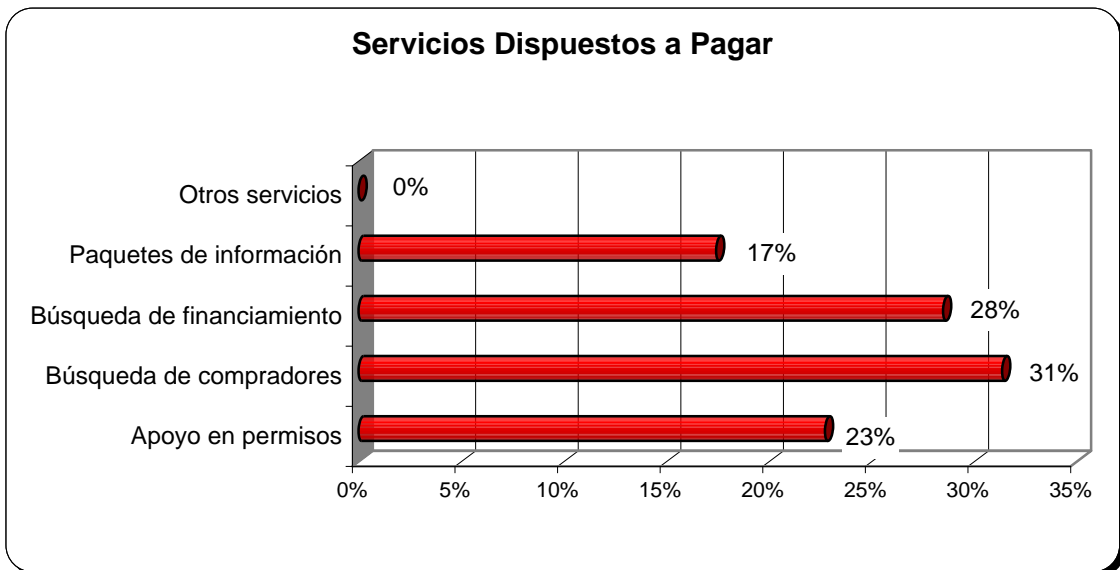
12. Disponibilidad a pagar por los servicios

criterio	Frecuencia	%
PAGARIA	66	66%
NO PAGARIA	34	34%
TOTAL	100	100%



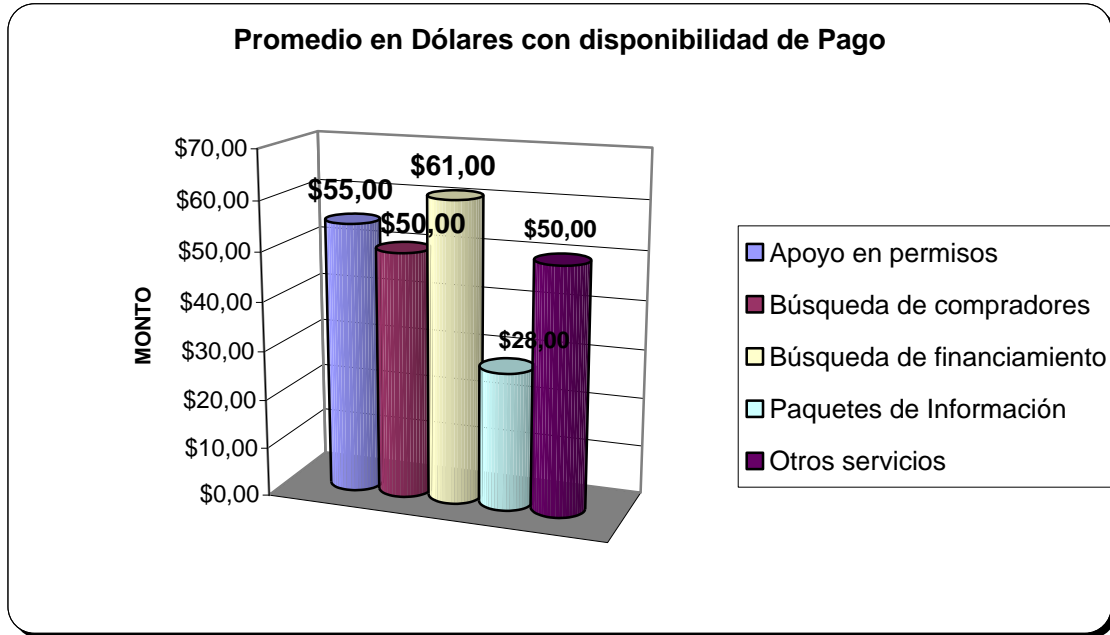
13. Servicios con disponibilidad de pago

SERVICIOS	Puntos	Frecuencia
Apoyo en permisos	150	23%
Búsqueda de compradores	207	31%
Búsqueda de financiamiento	188	28%
Paquetes de información	115	17%
Otros servicios	0	0%
TOTAL	660	100%



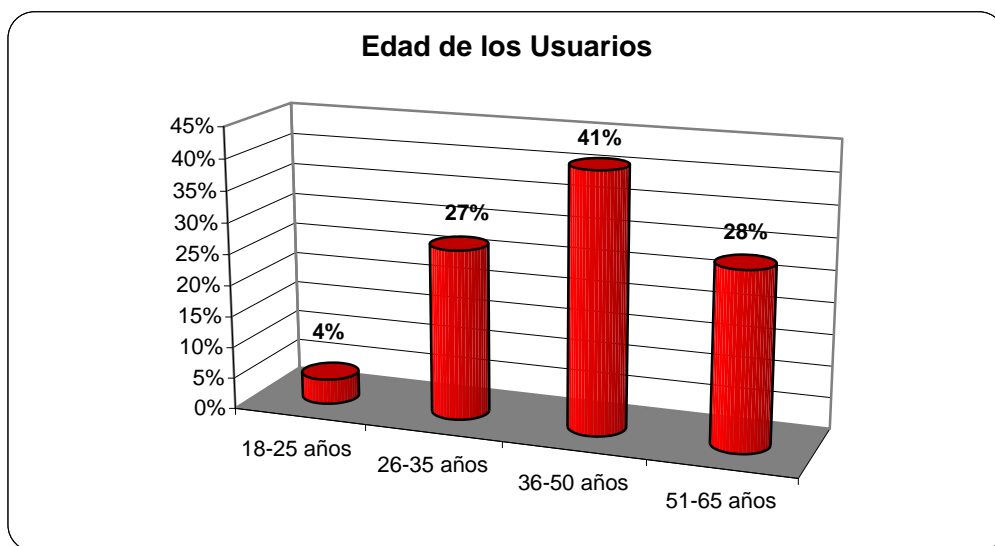
14. Promedio en dólares de cuánto estaría dispuesto a pagar los usuarios

Servicios	Promedio
Apoyo en permisos	\$55,00
Búsqueda de compradores	\$50,00
Búsqueda de financiamiento	\$61,00
Paquetes de Información	\$28,00
Otros servicios	\$50,00



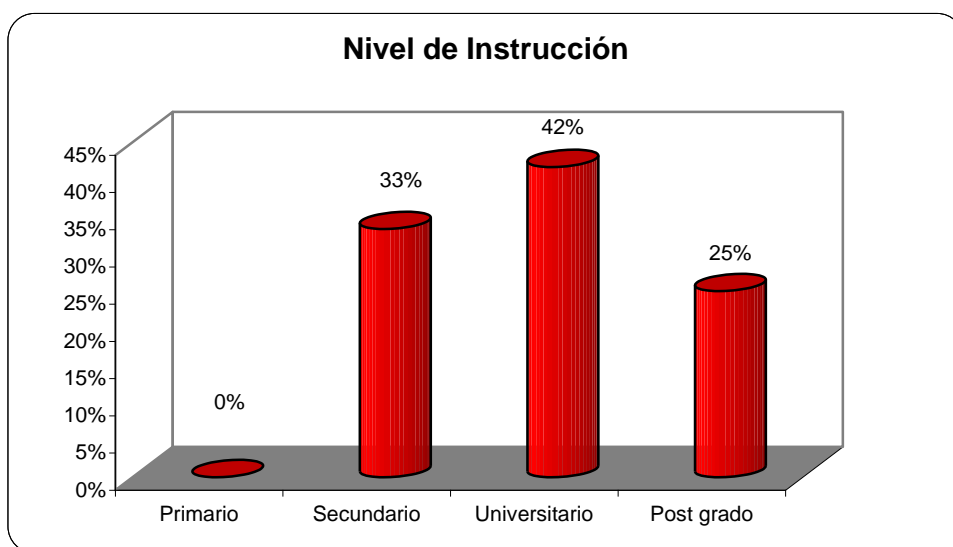
15. Rango de edad de los usuarios

EDAD DE LOS USUARIOS	Frecuencia	%
18-25 años	4	4%
26-35 años	27	27%
36-50 años	41	41%
51-65 años	28	28%
TOTAL	100	100%



16. Nivel de instrucción de los encuestados

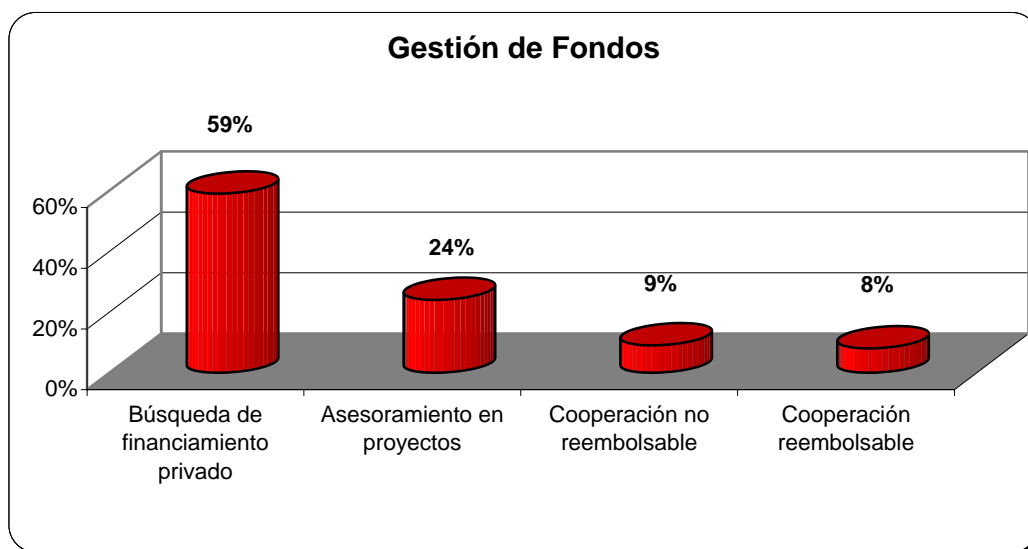
INSTRUCCION	Frecuencia	%
Primario	0	0%
Secundario	12	33%
Universitario	15	42%
Post grado	9	25%
TOTAL	36	100%



FACILITACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA – BIOCOMERCIO
UNIVARIADO

11. Servicios de Gestión de fondos más requeridos en Investigación

Gestión de Fondos	Cantidad	%
Búsqueda de financiamiento privado	59	59%
Asesoramiento en proyectos	24	24%
Cooperación no reembolsable	9	9%
Cooperación reembolsable	8	8%
TOTAL	100	100%



ANÁLISIS BIVARIADO

1. Relación de la valoración existente del servicio con el nivel de instrucción de los usuarios

SERVICIOS	Primario	%
Información sobre bionegocios	13	12%
Obtención de permisos	10	9%
Búsqueda de compradores	9	8%
Búsqueda de financiamiento	15	14%
Asesoramiento en proyectos	10	9%
Oportunidades de mercado	18	17%
Oportunidades de capacitación	14	13%
Publicaciones recientes	19	18%
TOTAL	108	100%

SERVICIOS	Secundario	%
Información sobre bionegocios	189	12%
Obtención de permisos	212	13%
Búsqueda de compradores	273	17%
Búsqueda de financiamiento	250	15%
Asesoramiento en proyectos	213	13%
Oportunidades de mercado	184	11%
Oportunidades de capacitación	164	10%
Publicaciones recientes	138	9%
TOTAL	1623	100%

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

SERVICIOS	Universitario	%
Información sobre bionegocios	174	14%
Obtención de permisos	157	13%
Búsqueda de compradores	153	12%
Búsqueda de financiamiento	184	15%
Asesoramiento en proyectos	178	15%
Oportunidades de mercado	129	11%
Oportunidades de capacitación	145	12%
Publicaciones recientes	107	9%
TOTAL	1227	100%

SERVICIOS	Post grado	%
Información sobre bionegocios	90	14%
Obtención de permisos	86	13%
Búsqueda de compradores	100	15%
Búsqueda de financiamiento	88	13%
Asesoramiento en proyectos	88	13%
Oportunidades de mercado	74	11%
Oportunidades de capacitación	74	11%
Publicaciones recientes	54	8%
TOTAL	654	100%

2. Servicios con mayor disponibilidad de pago

SERVICIOS	Puntos	Peso	Promedio	Peso	%
Apoyo en permisos	150	23%	\$55,00	28%	50%
Búsqueda de compradores	207	31%	\$50,00	26%	78%
Búsqueda de financiamiento	188	28%	\$61,00	31%	73%
Paquetes de información	115	17%	\$28,00	14%	24%
Otros servicios	0	0%	\$1,00	1%	0%
TOTAL	660	100%	\$195,00	100%	

3. Relación entre frecuencia de uso de los servicios con cantidad requerida

Cantidad	FRECUENCIA						%
	Mensual	3 meses	6 meses	1 al año	Otros	Total	
Sólo un servicio	24	6	2	2	2	36	37%
De 2 a 4 servicios	27	17	4	0	3	51	52%
De 5 a 7 servicios	10	0	0	0	1	11	11%
TOTAL	61	23	6	2	6	98	100%
%	62%	23%	6%	2%	6%	100%	

Cantidad	Mensual	%
Sólo un servicio	24	39%
De 2 a 4 servicios	27	44%
De 5 a 7 servicios	10	16%
TOTAL	61	100%

ANEXO N° 10

LISTA DE ENTREVISTADOS (USUARIOS)

I. Entrevistados de Investigación Científica

N°	Nombre	Ocupación	País de Residencia
1	Acuy Italo	Botánico	Perú
2	Corinne Vriesendorf	Bióloga	EE.UU - Chicago
3	Mónica Hernandez	Ing. Forestal	España
4	Adriana Guzman	Biologa	Colombia
5	Carlos Peña	Estudiante de Doctorado	Suecia
6	Rob Williams	Ecologista	Perú
7	Cristian Ituarte	Doctor en Ciencias Naturales-Investigador del CONICET	Argentina
8	Willian Lamar	Biologo	EE.UU
9	Daniel Lane	Biologa	EE.UU
10	Gustavo Namen	Técnico en Turismo Científico	Argentina
11	Mario Nuñez	Biologo	Perú - Cusco
12	Ricardo Callejas	Docente Universitario	Colombia
13	Ana Torres	Profesor-Investigador	México
14	Carlos Ponce	Consultor - Conservacionista	Perú-Lima
15	Craig Gibbs	Médico Veterinario	EE.UU
16	Daniel Rodriguez	Biologo	Perú-Lima
17	Patricia Alvarez	Biologa	EE.UU
18	Francisco Barbaran	Investigador-Científico	Argentina
19	Gustavo Ordinola	Biologo	Perú-Arequipa
20	Scott Mori	Botanico	EE.UU
21	Marcos Ayala	Investigador de fauna silvestre	Bolivia
22	José Cerdeña	Estudiante	Perú-Arequipa
23	Celia Arana	Biologa	Perú-Lima
24	Timothy Paine	Ecologista	EE.UU
25	Frank	Phd estudiante	Australia
26	Kyle Dexter	Estudiante	EE.UU
27	Cristhoper Marshall	Entomologo/taxonomo	EE.UU
28	Berioska Quispe	Biologa	Perú-Cusco
29	Cristina López	Biologa	Perú
30	Oscar gonzales	Biologo	Perú

II. Entrevistados de Biocomercio

Nº	Nombre	Ocupación	Dirección de empresa	ciudad
1	Abenamar Bardale	Empresario	Abtao # 1474 - Acuarios Santa Fe	Iquitos
2	Dante Zevallos	Gerente - Oupación	Arica # 267- Maderera	Iquitos
3	Cesar Arias	Empresario	Av. Del Ejército # 334 - Amazon World	Iquitos
4	Jorge Giulfo	Empresario	Av. La Marina # 944- Industrial Maderera Zapote	Iquitos
5	Sandra Rodriguez	Empresaria		Iquitos
6	Bioindustrial	Empresario	Urb. Virgen de Loreto N° 12	Iquitos
7	Hamilton Mencher	Consultor	Ayabaca # 232 - ONG	Lima
8	Dante la Gatta	Consultor	Peru Ambiente ONG	Lima
9	Julio Muñoz	Consultor	Urb. Independencia R-3	Cusco
10	Antonio Cotos	Gerente - Oupación	San Akejandro, Irazola - Padre Abad - Biotrading SAC	Ucayali
11	h Balarín	Empresario Forestal	Av. Rinconada # 836 - Vulcano SAC	Lima - La Molina
12	Francisco Pin	Empresario	Psje. Simón Bolívar # 150 - Stingray Aquarium	Iquitos

III. Entrevistados de Facilitación de Información Financiera

Nº	Nombre	Ocupación	Dirección de empresa	Ciudad
1	Sandra Rodriguez	Empresaria		Iquitos
2	Dante Zevallos	Gerente - Oupación	Arica # 267- Maderera	Iquitos
3	Julio Muñoz	Consultor	Urb. Independencia R-3	Cusco
4	Dante La Gatta	Consultor	Peru Ambiente ONG	Lima
5	Hamilton	Consultor	Ayabaca # 232 - ONG	Lima
6	H balarín	Empresario Forestal	Av. Rinconada # 836 - Vulcano SAC	Lima - La Molina
7	Bioindustrial	Empresario	Urb. Virgen de Loreto N° 12	Iquitos
8	Biotrading	Gerente - Oupación	San Akejandro, Irazola - Padre Abad - Biotrading SAC	Ucayali

IV. Entrevistados de Gestión Ambiental

Nº	Nombre	Ocupación	Dirección	Entidad/ONG
1	Rolando Tuesta	Director ejecutivo/administrador	Samanez Ocampo # 576	FUNDESAB
2	Fernando Guevara Torres	Docente universitario	Av. Navarro Cauper # 487	
3	Roger Pezo pizango	Ing. Civil		ACCONA
4	Mauro Vásquez	Director ejecutivo/administrador		PEDICP
5	José Rojas Vásquez	Biologo	Napo # 627	CEDA
6	Miguel Antunez	Biologo	Atlántida # 808	
7	Renzo Pialla	Ingeniero Forestal	Av. Petit Thourars 4377	Instituto del Bien Común - IBC
8	Javier Noriega	Biologo	Bermudez # 791	ProNaturaleza
9	Rubén Medina	Estudiante	Av. Del ejército # 1718	

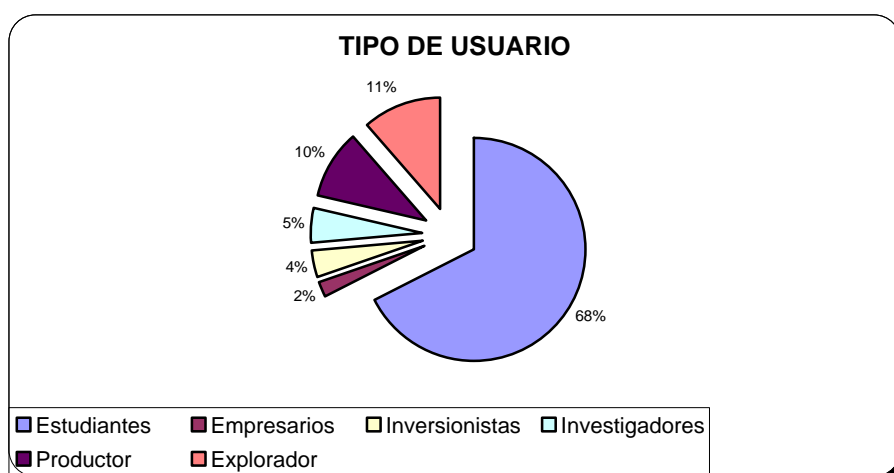
LISTA DE ENTREVISTADOS (SOCIOS ACTUALES Y POTENCIALES)

Nº	Nombre	Ocupación	Institución
1	Rosario Del Aguila	Responsable del Programa "Manejo de Recursos Naturales"	Cooperación Española - AECI
2	Gilberto Fernandez Arica	Director de DIRCETURA	Dirección Regional de Comercio, Turismo y Artesanías-DIRCETURA
3	Raquel Salcedo Arbildo	Gerente	Camara de Comercio de Industria y Turismo de Loreto
4	Martin Pinedo	Coordinador Regional de Prompex	PROMPERU
5	Simón Aponte	Coordinador Regional	Fondo de Promoción de Desarrollo Forestal-FONDEBOSQUE
6	Raquel Vergara	Coordinación Regional COFIDE	Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE
7	Manuel Montoya	Director de Estación Experimental	Instituto Veterinario de Investigaciones Tropicales y de Altura-IVITA
8	Roger Montruil	Gerencia de Medio Ambiente	Gobierno Regional de Loreto
9	Rafael Saavedra	Gerencia General	Municipalidad Provincial de Maynas MPM
10	Miguel Rengifo Ríos	Administrador Técnico	Instituto Nacional de Recursos Naturales - INRENA
11	Mauro Vásquez Ramirez	Director Ejecutivo	Instituto Nacional de Desarrollo INADE
12	Evelio Astocaza Perez	Director Ejecutivo	Instituto Nacional de Investigación Agraria - INIA
13	Mario de Col Marteli	Representante Legal	Asociación Civil para la Preservación y Desarrollo

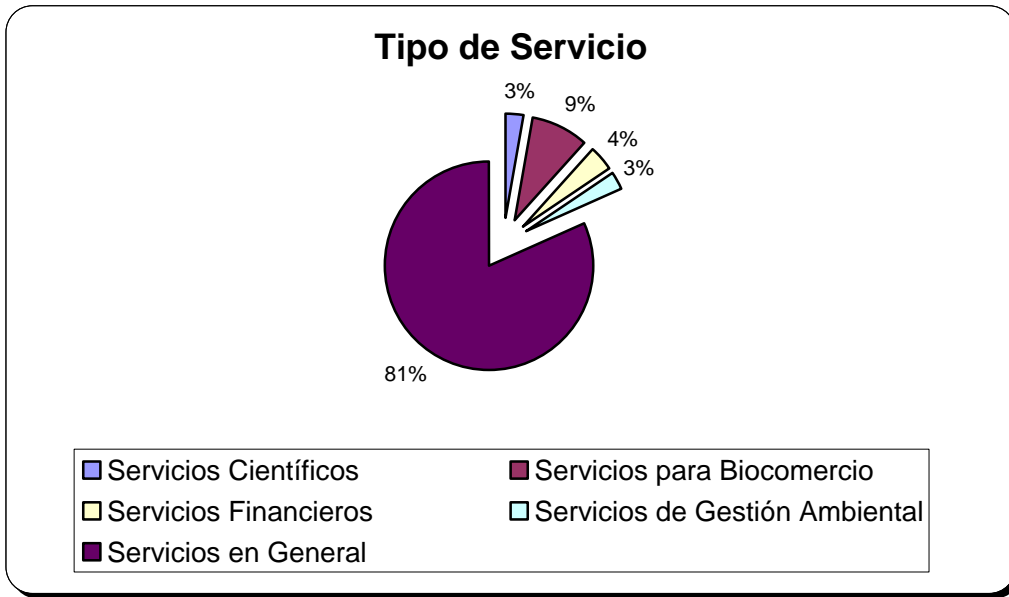
ANEXO N° 11

RESULTADOS ESTADÍSTICOS DE VISITAS PERSONALIZADAS (OFICINA)**1. Tipo de Usuario**

Tipo de Usuario	MESES							TOTAL	%
	OCT-06	nov-06	dic-06	ene-07	feb-07	mar-07			
Estudiantes	204	258	43	29	19	22	575	67,49	
Empresarios	10	7	2	0	0	0	19	2	
Inversionistas	6	2	2	17	0	7	34	4	
Investigadores	3	13	7	4	4	10	41	5	
Productor	19	24	2	12	17	12	86	10	
Explorador	40	16	7	13	15	6	97	11	
TOTAL	282	320	63	75	55	57	852	100,00	

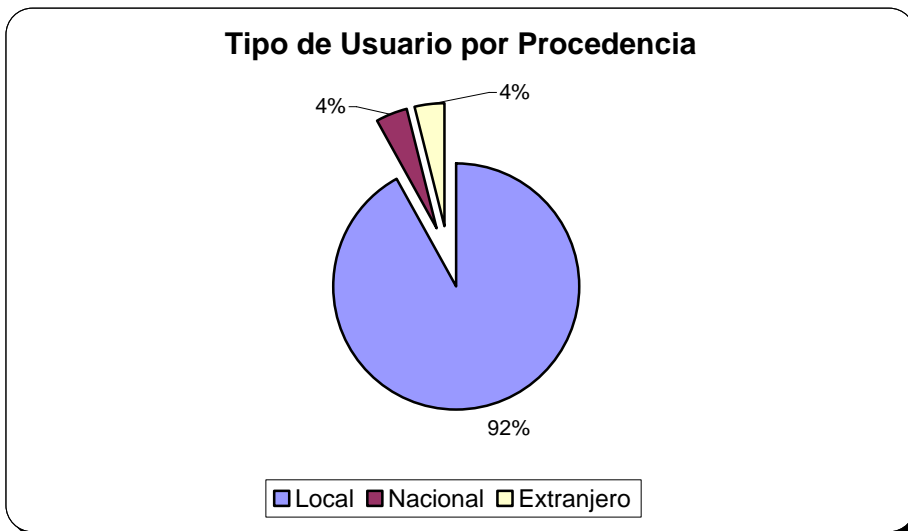
**2. Tipo de Servicio Visitado**

TIPO DE SERVICIO VISITADO	MESES							TOTAL	%
	OCT-06	nov-06	dic-06	ene-07	feb-07	mar-07			
Servicios Científicos	9	7	1	5	1	1	24	3	
Servicios para Biocomercio	15	17	18	14	7	5	76	9	
Servicios Financieros	14	8	4	3	3	1	33	4	
Servicios de Gestión Ambiental	6	5	3	4	3	2	23	3	
Servicios en General	238	283	37	49	41	48	696	82	
TOTAL	282	320	63	75	55	57	852	100	



3. Tipo de Usuario por Procedencia

Tipo de Usuario por Procedencia	MESES						TOTAL	%
	OCT-06	nov-06	dic-06	ene-07	feb-07	mar-07		
Local	252	312	61	70	45	44	784	92
Nacional	21	3	1	1	7	3	36	4
Extranjero	9	5	1	4	3	10	32	4
TOTAL	282	320	63	75	55	57	852	100

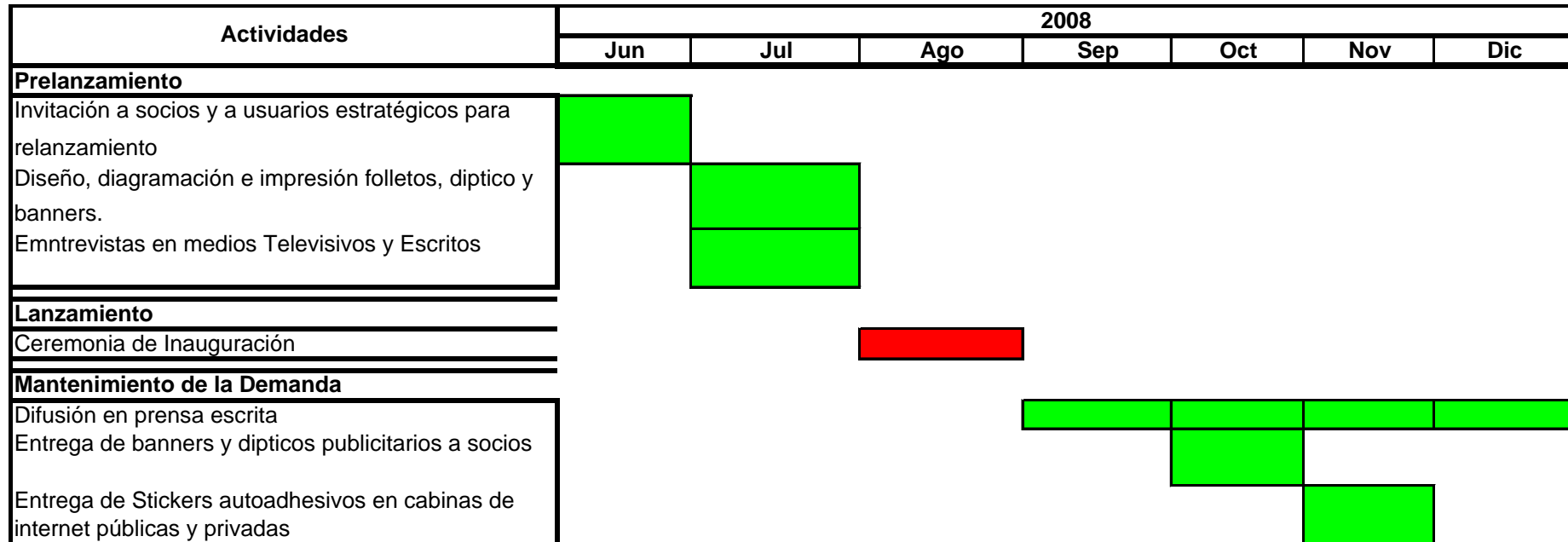


4. Tipo de Información Solicitada

tipo de Información	MESES						Total	%
	Oct. 06	Nov. 06	Dic. 06	Ene. 06	Febr. 06	Mar. 06		
Referido al Paiche	60	57	0	2	4	2	125	14,671362
Comunidades de la	8	17	3	1	1	1	31	3,6384977
Fuentes de Financiamiento	10	8	3	3	3	1	28	3,286385
Información de mercado de	80	92	4	4	4	2	186	21,830986
Zocriaderos	42	50	2	2	4	1	101	11,85446
Otros	82	96	51	63	39	50	381	44,71831
TOTAL	282	320	63	75	55	57	852	100

ANEXO N° 12

DIAGRAMA DE GANTT DE LAS ACTIVIDADES DE MARKETING (2008)



ANEXO N° 13

CUADRO RESUMEN ESQUEMÁTICO DE LOS SERVICIOS QUE CONFORMAN EL CENTRO DE PROMOCIÓN DE LA AMAZONIA PERUANA

Servicios	Servicios de Biocomercio	Servicios Científicos	Servicios Financieros	Servicios de Gestión Ambiental
Concepción general	Servicios informativos y personalizados con orientación eminentemente pragmática dirigidos a inversionistas - personas, empresas o comunidades, y que tiene la finalidad de promover las inversiones y el intercambio en cadenas productivas.	Servicios informativos y personalizados dirigidos principalmente a científicos e investigadores extranjeros y nacionales, para facilitar la realización de trabajos de investigación en la Amazonía peruana, aumentando así la producción científica en temas priorizados regionalmente.	Servicios informativos para facilitar la búsqueda y obtención de financiamiento para proyectos de conservación y uso sostenible de la diversidad biológica	Soporte con la información científica y tecnológica más actual, relevante y adecuada para los tomadores de decisiones y las instancias encargadas de elaborar las políticas públicas.
Usuarios	<ul style="list-style-type: none"> • Inversionista nuevo • Empresa o productor en crecimiento ó con algún problema específico. • Empresa de insumo. • Empresa de comercialización nacional ó de exportación • Organización nacional o internacional de apoyo a comunidades pobres. • Consultor 	<ul style="list-style-type: none"> • Científicos, investigadores nacionales e internacionales • Estudiantes nacionales e internacionales • Empresas y agencias de turismo • ONG que realizan investigación o brindan servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones indígenas y de productores rurales • Empresas dedicadas a bionegocios • Consultor • Instituciones académicas y de investigación 	<ul style="list-style-type: none"> • ONGs Ambientales • Gobierno central • Gobiernos regionales • Gobiernos locales • Políticos • Tomadores de decisiones
Ámbito inicial y final	<ul style="list-style-type: none"> • Inicial: Loreto • Final: Amazonía peruana 	<ul style="list-style-type: none"> • Inicial: Loreto • Final: Amazonía peruana 	<ul style="list-style-type: none"> • Inicial: Amazonía peruana • Final: Amazonia continental 	<ul style="list-style-type: none"> • Inicial y final: Amazonía peruana
Lenguaje	<ul style="list-style-type: none"> • Bilingüe Castellano/Inglés 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilingüe Castellano / inglés 	<ul style="list-style-type: none"> • Castellano / inglés 	<ul style="list-style-type: none"> • Castellano

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de Traducción 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de traducción 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de traducción 	
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Paquetes de información específicos para cada tipo de usuario. • Alertas con oportunidades recientes de capacitación. • Alertas con las más recientes publicaciones. • Búsqueda de información sobre temas específicos. • Contacto entre actores • Grupo de discusión por cadena productiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Directorio de investigadores • Directorio de proyectos o líneas de investigación • Directorio de entidades que proveen infraestructura de apoyo científico. • Directorio de Convenios (ya hechos o en oferta) • Apoyo en trámites y permisos • Apoyo logístico (viajes, hospedaje, personal de campo y guías, transporte, costos estimados, salud, vacunas, servicios especializados) • Información sobre cultura local (mitos, costumbres, glosario regional, etc.) • Vistas (grado, postgrado, doctorado, post-doctorado) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de fondos existentes • Base de datos de fuentes de financiación • Directorio de consultores • Directorio de posibles socios de proyectos • Mecanismos de financiación mundial • Orientación para tramitación de solicitudes • Contactos • Convocatorias de proyectos, becas y pasantías para fortalecer capacidades en gerencia financiera de proyectos de biodiversidad • Oportunidades de financiamiento (becas, intercambios, pasantías) 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos y resúmenes que coadyuven a elaboración de políticas públicas • Mitos sobre ambiente Amazónico (vulgarización de verdades) • Diagnósticos ambientales • Planes de acción y agendas ambientales • ERDBAS • Experiencias exitosas • Acuerdos en el contexto Andino Amazónico • Normatividad de GA • Orientación para certificación ambiental de gobiernos locales • Orientación para sistemas de monitoreo ambiental (inclusive límites permisibles de contaminación) • Elementos para campañas de sensibilización ambiental • Información sobre EIAs/PAMAs • ZEE y ordenamiento territorial • Información Cartográfica
Posibles socios	<ul style="list-style-type: none"> • ADEX • COPEME 	<ul style="list-style-type: none"> • Universidades amazónicas • Universidades no amazónicas 	<ul style="list-style-type: none"> • FONDEBOSQUE • PROFONANPE 	<ul style="list-style-type: none"> • ONGs ambientales • Gobiernos regionales

Plan de Negocios 2008 – 2012: promAmazonía

	<ul style="list-style-type: none"> • PERUCAMARAS • Cámaras de Comercio Regionales 	<p>con trabajos de investigación en la Amazonía</p> <ul style="list-style-type: none"> • APCI • INRENA • INIEA • IVITA • CONCYTEC • Universidades extranjeras • CANATUR • ONGs 	<ul style="list-style-type: none"> • FONAM • APCI • INCAGRO • REDLAC • Agencias financieras internacionales 	<p>amazónicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobiernos locales amazónicos • Universidades • Instituciones de investigación • CIES
Integración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • PROMPERU • IPPN • Camara de Comercio de Loreto 	<ul style="list-style-type: none"> • CONCYTEC • SITURISMO • Promperú • Socios 	<ul style="list-style-type: none"> • De acuerdo a investigación de posibles socios y mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • SIAMAZONIA • SPDA
Actualización / mantenimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente bilingüe 	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente bilingüe 	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente bilingüe 	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente helpdesk

ANEXO N° 14

ACTIVIDADES PREOPERATIVAS DE PROMAMAZONÍA

Cod	Actividades / Ago. – Set. de 2006	Ago					Sep				Oct			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
	Semanas													
1	Contratación del asistente helpdesk		X											
2	Preparación de programas de entrenamiento (por servicio)			X	X									
3	Diseño de procesos de atención a clientes (incluye formatos, registros, cuestionarios, etc.)						X	X						
4	Entrenamiento de asistente de helpdesk					X	X	X	X	X				
5	Apoyo del asistente a actualización de información						X	X	X	X				
6	Ubicación y contrato de alquiler		X	X	X									
7	Diseño de oficina			X	X									
8	Equipamiento de oficina					X	X	X	X	X				
9	Definición de nombre y logo						X							
10	Elaboración material de difusión (folleto, posters)							X	X	X				
11	Elaboración exposiciones													
12	Preparación de programa de inauguración								X					
13	Invitaciones y organización de inauguración									X				
14	Inauguración de oficina y servicios										X			

ANEXO N° 15
ESQUEMA GENERAL DE FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO DE PROMOCIÓN DE LA AMAZONÍA PERUANA

